

PENERAPAN PRINSIP DAN KODE ETIK BISNIS DALAM MENINGKATKAN KINERJA PERUSAHAAN JASA TRANSPORTASI ONLINE MAXIM**THE IMPLEMENTATION OF BUSINESS PRINCIPLES AND CODES OF ETHICS TO IMPROVE THE PERFORMANCE OF MAXIM AS AN ONLINE TRANSPORTATION SERVICE COMPANY**

Rita J. D. Atarwaman^{1*}, Zahra², Anggie Cristy Avril Patty³, Indah Nurfalani Makatita⁴, Intan Jamaira Assyatri⁵, Iman A Haulussy⁶, Napsia Nurlette⁷

^{1*,2,3,4,5,6,7} Jurusan Akuntansi, Universitas Pattimura, Kota Ambon, Indonesia

Email: anggiecristyavrillpatty@gmail.com¹, indahmakatita8@gmail.com², intanassyatry@gmail.com³, imanhaulussy@gmail.com⁴, napsianurlette19@gmail.com⁵

ARTICLE INFO**Article history:**

Received April 18, 2026

Revised June 10, 2026

Accepted July 10, 2026

Available online July 15, 2026

Kata Kunci:

Etika Bisnis, Kinerja Perusahaan, Kode Etik, Maxim, Transportasi Online

Keywords:

Business Ethics, Code of Ethics, Company Performance, Maxim, Online Transportation

ABSTRAK

Artikel ini bertujuan menganalisis penerapan prinsip dan kode etik bisnis dalam meningkatkan kinerja perusahaan jasa transportasi online Maxim. Kajian ini penting karena perkembangan layanan transportasi berbasis aplikasi tidak hanya menuntut kecepatan dan kemudahan, tetapi juga perilaku bisnis yang jujur, bertanggung jawab, adil, transparan, dan berintegritas. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi terhadap mitra pengemudi serta pengguna layanan Maxim di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pattimura Ambon. Hasil kajian menunjukkan bahwa penerapan prinsip etika bisnis berkontribusi terhadap peningkatan kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan, produktivitas layanan, dan reputasi perusahaan. Kejujuran terlihat pada informasi tarif dan rute, tanggung jawab pada keselamatan pelanggan, keadilan pada hubungan kemitraan, transparansi pada keterbukaan informasi aplikasi, serta integritas pada konsistensi penerapan aturan. Dengan demikian, kode etik bisnis tidak hanya menjadi pedoman perilaku, tetapi juga menjadi instrumen strategis untuk memperkuat kepercayaan dan kinerja perusahaan jasa digital.

ABSTRACT

This article aims to analyze the implementation of business principles and codes of ethics in improving the performance of Maxim as an online transportation service company. This topic is relevant because application-based transportation services require not only speed and convenience, but also honest, responsible, fair, transparent, and integrity-based business conduct. This study employed a descriptive qualitative method through interviews, observation, and documentation involving Maxim driver-partners and service users around the Faculty of Economics and Business, Pattimura University, Ambon. The results show that the implementation of business ethics contributes to service quality, customer satisfaction, customer loyalty, service productivity, and corporate reputation. Honesty is reflected in fare and route information, responsibility in passenger safety, fairness in partnership relations, transparency in application-based information, and integrity in the consistent enforcement of company rules. Therefore, a business code of ethics is not only a behavioral guideline but also a strategic instrument for strengthening trust and improving the performance of digital service companies.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mendorong perubahan besar pada sektor jasa, termasuk layanan transportasi. Transportasi online menjadi salah satu bentuk inovasi layanan yang memudahkan masyarakat memperoleh akses perjalanan, pengiriman barang, pembelian makanan, dan layanan lain

secara lebih cepat dan praktis. Dalam konteks persaingan bisnis digital, perusahaan transportasi online tidak cukup hanya mengandalkan harga murah dan kemudahan aplikasi, tetapi juga dituntut mampu membangun kepercayaan pelanggan melalui penerapan etika bisnis yang konsisten.

Maxim merupakan salah satu penyedia jasa transportasi online yang terus berkembang di berbagai daerah di Indonesia. Layanan ini menawarkan beberapa jenis layanan seperti Maxim Bike, Maxim Car, Food & Shop, Delivery, dan Cargo. Dalam praktiknya, layanan transportasi online melibatkan hubungan antara perusahaan, mitra pengemudi, dan pelanggan. Hubungan tersebut menuntut adanya pedoman perilaku yang jelas agar proses pelayanan berjalan profesional, adil, transparan, dan bertanggung jawab.

Permasalahan etika dalam layanan transportasi online dapat muncul dalam berbagai bentuk, seperti ketidaksesuaian pelayanan, komunikasi yang kurang profesional, keluhan pelanggan, ketidakjelasan informasi, maupun lemahnya kepatuhan mitra terhadap standar operasional. Kondisi tersebut dapat memengaruhi kualitas pelayanan dan citra perusahaan. Oleh karena itu, penerapan prinsip bisnis dan kode etik menjadi aspek penting dalam menjaga keberlanjutan layanan jasa digital.

Prinsip bisnis dalam perusahaan jasa mencakup kejujuran, tanggung jawab, keadilan, transparansi, dan integritas. Kejujuran berhubungan dengan kebenaran informasi tarif, rute, dan jenis layanan. Tanggung jawab berkaitan dengan kemampuan perusahaan dan mitra memenuhi kewajiban terhadap pelanggan. Keadilan mencerminkan perlakuan yang tidak diskriminatif kepada pelanggan maupun mitra. Transparansi menekankan keterbukaan informasi, sedangkan integritas menunjukkan konsistensi perusahaan dalam menjalankan aturan dan komitmen. Dalam industri transportasi digital, kualitas pelayanan, harga, kemudahan penggunaan aplikasi, kepercayaan, dan kepuasan pelanggan menjadi faktor penting yang berhubungan dengan loyalitas pelanggan (Liana et al., 2024; Saputra & Wikantari, 2024; Setiawan, 2025).

Berdasarkan uraian tersebut, artikel ini bertujuan untuk menganalisis penerapan prinsip dan kode etik bisnis pada Maxim serta dampaknya terhadap kinerja perusahaan. Kinerja perusahaan dalam artikel ini dilihat melalui indikator kualitas pelayanan, produktivitas layanan, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan, dan reputasi perusahaan. Kajian ini diharapkan dapat memberikan gambaran bahwa etika bisnis bukan hanya norma moral, melainkan bagian dari strategi penguatan kinerja perusahaan jasa transportasi online.

METODE

Artikel ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Pendekatan ini dipilih karena pembahasan berfokus pada pemahaman mengenai penerapan prinsip dan kode etik bisnis dalam praktik pelayanan Maxim. Objek kajian adalah penerapan prinsip dan kode etik bisnis pada perusahaan jasa transportasi online Maxim, sedangkan subjek kajian terdiri atas mitra pengemudi dan pengguna layanan Maxim di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pattimura Ambon.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Wawancara digunakan untuk memperoleh informasi mengenai pengalaman mitra pengemudi dan pelanggan dalam menggunakan layanan Maxim. Observasi dilakukan untuk melihat praktik pelayanan, interaksi antara pengemudi dan pelanggan, serta kesesuaian pelayanan dengan prinsip etika bisnis. Dokumentasi digunakan untuk memperkuat data melalui catatan, artikel, dan referensi ilmiah yang relevan dengan etika bisnis, kode etik, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan kinerja perusahaan.

Analisis data dilakukan menggunakan model Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi. Reduksi data dilakukan dengan memilah informasi yang berkaitan dengan prinsip kejujuran, tanggung jawab, keadilan, transparansi, dan integritas. Penyajian data dilakukan dalam bentuk uraian naratif dan tabel ringkasan. Penarikan kesimpulan dilakukan dengan menghubungkan temuan lapangan dengan indikator kinerja perusahaan, yaitu kualitas pelayanan, produktivitas layanan, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan, dan reputasi perusahaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Layanan Maxim

Maxim dikenal sebagai perusahaan transportasi online yang menyediakan layanan berbasis aplikasi. Layanan yang ditawarkan meliputi transportasi penumpang melalui Maxim Bike dan Maxim Car, pemesanan makanan dan belanja melalui Maxim Food & Shop, pengiriman barang melalui Maxim

Delivery, serta pengiriman barang berukuran lebih besar melalui Maxim Cargo. Keunggulan layanan Maxim terletak pada tarif yang kompetitif, kemudahan penggunaan aplikasi, dan jangkauan layanan yang terus berkembang.

Dalam kegiatan operasionalnya, Maxim menghadapi tantangan berupa persaingan industri transportasi online, keluhan pelanggan, dan kebutuhan pengawasan terhadap mitra pengemudi. Tantangan tersebut menunjukkan bahwa aspek etika bisnis memiliki posisi penting dalam menjaga mutu pelayanan. Apabila prinsip etika diterapkan secara konsisten, perusahaan akan lebih mudah membangun kepercayaan dan menjaga loyalitas pelanggan.

Penerapan Prinsip Bisnis pada Layanan Maxim

Penerapan prinsip kejujuran terlihat dari keterbukaan informasi mengenai tarif, estimasi rute, dan jenis layanan yang tersedia pada aplikasi. Informasi yang jelas membantu pelanggan membuat keputusan sebelum menggunakan layanan. Kejujuran dalam layanan juga mencakup perilaku mitra pengemudi yang tidak memberikan informasi menyesatkan kepada pelanggan.

Prinsip tanggung jawab diterapkan melalui kesediaan pengemudi menjaga keselamatan, kenyamanan, dan ketepatan pelayanan selama perjalanan. Dalam layanan jasa, tanggung jawab menjadi faktor penting karena pelanggan tidak hanya menilai hasil akhir perjalanan, tetapi juga proses pelayanan yang diterima. Ketika pengemudi merespons pesanan dengan baik, menjaga komunikasi, dan mengutamakan keselamatan, pelanggan cenderung merasa lebih aman dan puas.

Prinsip keadilan berkaitan dengan perlakuan yang setara kepada seluruh pelanggan dan mitra. Keadilan dalam hubungan kemitraan dapat terlihat dari sistem penilaian, pemberian insentif, dan kesempatan memperoleh pesanan berdasarkan kinerja. Bagi pelanggan, keadilan diwujudkan melalui pelayanan yang tidak diskriminatif, baik dari aspek lokasi, latar belakang, maupun jenis layanan yang digunakan.

Transparansi diterapkan melalui keterbukaan informasi tarif sebelum layanan digunakan. Informasi tarif yang dapat diketahui sejak awal membantu mengurangi potensi kesalahpahaman antara pelanggan dan pengemudi. Transparansi juga penting dalam kebijakan perusahaan terhadap mitra, terutama terkait prosedur layanan, sistem penilaian, dan mekanisme pengaduan.

Integritas tercermin dari konsistensi perusahaan dan mitra dalam menjalankan aturan. Integritas tidak hanya dinilai dari keberadaan pedoman tertulis, tetapi juga dari pelaksanaan aturan tersebut dalam praktik pelayanan sehari-hari. Perusahaan yang konsisten menerapkan aturan dan menindak pelanggaran akan lebih mudah memperoleh kepercayaan pelanggan.

Penerapan Kode Etik Bisnis dan Dampaknya terhadap Kinerja Perusahaan

Kode etik bisnis berfungsi sebagai pedoman perilaku bagi perusahaan dan mitra pengemudi. Dalam layanan transportasi online, kode etik diperlukan untuk mengatur cara berkomunikasi dengan pelanggan, menjaga keselamatan perjalanan, mematuhi standar operasional, serta menangani keluhan secara profesional. Kode etik yang diterapkan dengan baik dapat mengurangi konflik dan meningkatkan mutu hubungan antara perusahaan, mitra, dan pelanggan.

Dampak penerapan kode etik terhadap kinerja perusahaan dapat dilihat dari meningkatnya kualitas pelayanan. Pengemudi yang memahami etika pelayanan cenderung lebih ramah, disiplin, dan bertanggung jawab. Hal tersebut berpengaruh terhadap pengalaman pelanggan. Selain itu, penerapan kode etik juga dapat meningkatkan produktivitas layanan karena mitra yang bekerja secara profesional memiliki peluang lebih besar memperoleh penilaian positif dan pesanan berulang.

Kepuasan pelanggan menjadi salah satu indikator penting dalam menilai kinerja perusahaan jasa. Pelanggan akan merasa puas ketika layanan yang diterima sesuai dengan informasi pada aplikasi, pengemudi bersikap sopan, tarif jelas, dan perjalanan berlangsung aman. Kepuasan tersebut kemudian dapat berkembang menjadi loyalitas pelanggan. Penelitian tentang transportasi online menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, harga, kepercayaan, dan kemudahan penggunaan aplikasi berperan dalam membentuk kepuasan dan loyalitas pelanggan (Herwanto et al., 2025; Liana et al., 2024; Nainggolan et al., 2025).

Reputasi perusahaan juga dipengaruhi oleh konsistensi penerapan etika bisnis. Dalam bisnis digital, pengalaman pelanggan dapat dengan cepat memengaruhi citra perusahaan melalui penilaian aplikasi, ulasan, dan rekomendasi dari mulut ke mulut. Oleh sebab itu, penerapan prinsip dan kode etik bisnis perlu dipahami sebagai bagian dari strategi peningkatan reputasi dan daya saing perusahaan.

Tabel 1. Matriks penerapan prinsip bisnis dan dampaknya terhadap kinerja Maxim

Prinsip Bisnis	Bentuk Penerapan	Dampak terhadap Kinerja
----------------	------------------	-------------------------

Kejujuran	Informasi tarif, rute, dan layanan disampaikan secara jelas kepada pelanggan.	Meningkatkan kepercayaan dan mengurangi keluhan pelanggan.
Tanggung jawab	Pengemudi menjaga keselamatan, kenyamanan, dan komunikasi selama pelayanan.	Meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.
Keadilan	Perlakuan yang setara kepada pelanggan dan mitra, termasuk sistem penilaian berbasis kinerja.	Meningkatkan motivasi mitra dan produktivitas layanan.
Transparansi	Keterbukaan tarif, prosedur layanan, dan mekanisme pengaduan melalui aplikasi.	Meningkatkan rasa aman pelanggan dan memperjelas standar layanan.
Integritas	Konsistensi perusahaan dan mitra dalam menjalankan aturan serta standar operasional.	Memperkuat reputasi perusahaan dan loyalitas pelanggan.

Faktor Pendukung dan Penghambat Penerapan Kode Etik Bisnis

Faktor pendukung penerapan kode etik bisnis pada Maxim meliputi kemudahan aplikasi dalam menyediakan informasi tarif, adanya sistem penilaian pelanggan, mekanisme pengaduan, serta kebutuhan mitra pengemudi untuk menjaga reputasi akun. Sistem penilaian mendorong pengemudi memberikan pelayanan yang lebih baik karena kualitas layanan berpengaruh terhadap kepercayaan pelanggan.

Faktor penghambat dapat berasal dari rendahnya pemahaman sebagian mitra terhadap etika pelayanan, kurangnya pengawasan langsung, perbedaan karakter pelanggan, dan tekanan persaingan harga di industri transportasi online. Selain itu, hubungan kemitraan yang berbasis aplikasi membuat perusahaan perlu memiliki sistem pengawasan dan pelatihan yang lebih berkelanjutan agar kode etik tidak hanya menjadi aturan formal, tetapi benar-benar diterapkan dalam pelayanan.

Implikasi Penerapan Etika Bisnis bagi Perusahaan Jasa Digital

Penerapan etika bisnis memiliki implikasi strategis bagi perusahaan jasa digital. Pertama, etika bisnis menjadi dasar pembentukan kepercayaan pelanggan. Kedua, kode etik membantu perusahaan mengendalikan perilaku mitra yang berinteraksi langsung dengan pelanggan. Ketiga, penerapan etika mendorong peningkatan mutu pelayanan yang berdampak pada kepuasan dan loyalitas pelanggan. Keempat, etika bisnis memperkuat reputasi perusahaan dalam jangka panjang.

Dengan demikian, perusahaan transportasi online perlu memandang etika bisnis sebagai bagian dari sistem manajemen kinerja. Pengawasan terhadap mitra, pelatihan etika pelayanan, transparansi informasi, dan evaluasi berbasis perilaku perlu dilakukan secara konsisten. Upaya tersebut penting agar perusahaan tidak hanya unggul dari sisi harga, tetapi juga dari sisi kualitas hubungan dengan pelanggan dan mitra.

KESIMPULAN

Penerapan prinsip dan kode etik bisnis memiliki peran penting dalam meningkatkan kinerja perusahaan jasa transportasi online Maxim. Prinsip kejujuran, tanggung jawab, keadilan, transparansi, dan integritas berkontribusi terhadap peningkatan kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan, produktivitas layanan, dan reputasi perusahaan. Keunggulan penerapan etika bisnis terlihat pada kemampuannya membangun kepercayaan pelanggan dan memperkuat hubungan antara perusahaan, mitra pengemudi, dan pengguna layanan. Namun, penerapannya masih memiliki kelemahan, terutama apabila pengawasan terhadap mitra belum dilakukan secara konsisten dan pemahaman etika pelayanan belum merata. Oleh karena itu, Maxim perlu memperkuat pelatihan etika pelayanan, meningkatkan sistem pengaduan, memperjelas standar operasional, dan melakukan evaluasi kinerja berbasis etika secara berkelanjutan. Pengembangan selanjutnya dapat diarahkan pada penelitian kuantitatif untuk mengukur pengaruh etika bisnis terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan secara lebih mendalam.

DAFTAR PUSTAKA

- Agung, M., Lestari, A. D., Rinjani, D. F., & Tara, M. D. (2025). *Pentingnya penerapan prinsip dan kode etik dalam bisnis*.
- Ardika, D. (2025). *Tinjauan sistematis terhadap penerapan etika bisnis dan tanggung jawab sosial perusahaan dalam operasi multinasional*.
- Astawa, K. A., Chahyono, & 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*.
- Fikriyah, S., & Fazizah, A. (2025). Determinan loyalitas pengguna: Tinjauan dari aspek kepuasan pengguna, kualitas sistem, kualitas informasi, dan kualitas layanan pada pengguna aplikasi Maxim di Kota Malang. *Journal of Economic, Business and Accounting (COSTING)*.
- Gaol, K. L. (2020). *Kode etik dan pedoman perilaku dalam etika bisnis jasa kontemporer*.
- Herwanto, Trisnawati, E., Zaqira, A., & Sukmawati, T. (2025). Determinan loyalitas pelanggan dalam industri transportasi digital: Studi empiris pada pengguna aplikasi Maxim. *Jurnal Ekonomi STIEP*, 10(1), 52–62.
- Hidayat, R. (2023). *Etika bisnis jasa transportasi publik di era disrupsi teknologi*.
- Irawan, D. Y., Iqbal, M., & Susanto, I. (2025). Pengaruh online customer rating, harga, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan transportasi online Maxim dalam perspektif bisnis Islam. *Jurnal Lentera Bisnis*.
- Kinasih, C. L. (2020). *Tantangan etika bisnis dalam dunia bisnis digital: Sebuah refleksi*.
- Liana, Y., Chen, M., & Rahmah, F. (2024). Analisis kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan pada pengguna transportasi online Maxim. *Neraca: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 2(1), 9–19.
- Makapia, A. F., Kindangen, P., & Palandeng, I. D. (2024). *Pengaruh information sharing dan trust terhadap kinerja operasional pada transportasi online Maxim Cabang Manado*.
- Nainggolan, M. O., Lubis, N., & Novita, V. (2025). Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan transportasi online Maxim. *Prosiding KONSEP Polmed*.
- Nurdiansyah, I., Luthfi, M., & Sitanggang, P. A. (2025). Pengaruh rating akun driver dan kepercayaan terhadap loyalitas konsumen transportasi online Maxim Bike Kota Jambi. *Jurnal Development*.
- Saputra, F. B., & Wikantari, M. A. (2024). Pengaruh service quality, price, dan perceived ease of use terhadap customer satisfaction pengguna transportasi online Maxim. *JlIP: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*.
- Setiawan, B., & Utami, S. (2023). *Analisis prinsip keadilan (fairness) dalam kemitraan perusahaan jasa platform digital*.
- Setiawan, R. (2025). Analysis of service quality, trust, and price on customer loyalty of Maxim. *Shipping and Transport Management Journal*.
- Wafiq, M. A., & Sisdianto, E. (2024). *Etika bisnis sebagai pilar tanggung jawab lingkungan dan sosial di era modern*.