

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Perkembangan teknologi telah mempengaruhi kehidupan manusia, saat masyarakat ini sangat dimudahkan oleh teknologi, sehingga sudah menjadi hal tidak dapat dipisahkan dari kehidupan. Perkembangan inovasi di bidang teknologi informasi khususnya perangkat lunak dibuktikan dengan banyaknya aplikasi-aplikasi baru dan modern yang mampu mempercepat penggunaannya untuk mendapatkan dan mengolah informasi. Selain itu Semakin beragamnya kebutuhan masyarakat memunculkan berbagai peluang bisnis, salah satunya adalah bisnis jasa transportasi. Transportasi merupakan proses pemindahan (pengangkutan) baik manusia ataupun barang dari tempat asal atau awal kegiatan dimulai hingga ke tempat tujuan atau berakhirnya kegiatan pengangkutan (Nasution, 2004:15).

Meningkatnya mobilisasi masyarakat menyebabkan permintaan jasa transportasi semakin meningkat. Biasanya masyarakat yang memiliki kendaraan pribadi tidak akan menemui masalah dalam mobilisasi nya akan tetapi sebaliknya bagi masyarakat yang tidak memiliki kendaraan pribadi transportasi umum lah yang menjadi kebutuhan dalam melakukan aktivitasnya. Jasa transportasi secara konvensional pada masanya sebagai

andalan untuk mengarungi mobilitas masyarakat dan kini Masyarakat mulai mengenal dengan jasa transportasi online.

Transportasi online Sebagai menjadi tren masyarakat untuk segi pengguna Untuk memenuhi segala keinginan para penggunanya transportasi online tidak hanya menawarkan jasa antar mengantar penumpang tetapi bisa juga mengantar makanan dan,barang, sehingga berdampak pada kegiatan ekonomi dan mobilitas masyarakat. Hal ini dapat dibuktikan hasil riset dari lembaga Demografi fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Indonesia Gojek telah menyumbang Rp 44,2 triliun bagi perekonomian Indonesia. Lalu, kualitas mitra pengemudi, yang populer disebut *driver*, disebut meningkat hingga 100 persen. Tidak hanya itu volume penjualan makanan melalui layanan Gofood meningkat sebanyak 93% yang sebagian besar mitra Gofood adalah para pelaku usaha kecil menengah atau UMKM (tirto.id).

Dilansir dari *kompas* menyebutkan bahwa 32% responden mereka tergolong "*heavy users*", yakni menggunakan aplikasi transportasi lebih dari satu kali dalam seminggu.Sementara itu, lebih banyak yang berada di kategori "*medium users*" (35,3%) atau frekuensinya satu atau dua minggu sekali. Sebanyak 32,7% responden termasuk kelompok "*light users*" atau yang jarang menggunakan aplikasi transportasi, hanya sebulan sekali atau kurang. 1.204 responden, sebanyak 32,9 persen heavy users adalah perempuan. Rentang usia heavy users pun berada di

antara 17-24 tahun. Semakin tua usia, frekuensi penggunaan aplikasi transportasi semakin rendah (kompas.com).

Dari hasil observasi tersebut bisa dilihat data dari *Top Brand index* Indonesia merupakan lembaga survei yang telah berskala nasional. Bahwa go-jek masuk ke dalam salah satu brand yang populer masyarakat di Indonesia kategori jasa transportasi online. Survei dari *Top Brand index* sebagai tolak ukur kinerja merk-merk Atau brand ternama yang ada di Indonesia. Pengukuran *top brand index* terdiri dari 3 Parameter yaitu *top of mind* (mudah diingat), *last usage* (Penggunaan terakhir) dan *future intention* (Niat beli atau menggunakan). Hasil survei *top brand index* dengan kategori jasa transportasi online disajikan dalam tabel 1.1 :

Tabel 1.1

PERINGKAT TOP BRAND AWARDS

KATEGORI JASA TRANSPORTASI ONLINE 2016-2019

DI INDONESIA

No	Brand	Top Brand index			
		2016	2017	2018	2019
1	Gojek	80,8% (1)	59,2% (1)	44,9% (2)	44,6% (1)
2	Grab	14,7% (2)	28,2% (2)	48% (1)	43,1% (2)
3	Uber	1,7% (3)	8% (3)		
4	Blue-jek	0,7% (4)	0,3% (4)		

(Sumber : topbrand-award.com)

Dari hasil tabel 1.1 menunjukkan bahwa Gojek menjadi layanan jasa transportasi online yang populer dan bahkan menempati posisi pertama sebanyak 3

kali pada tahun 2016,2017,2019 tetapi nilai indeks dari tahun ke tahun terus mengalami penurunan. Pada tahun 2016 Memiliki nilai indeks 80,8% pada tahun 2017 turun menjadi 59,2% dan tren penurunan ini tetap berlanjut hingga 2018 sebanyak 44,9% dan menyebabkan posisi Gojek tergusur oleh layanan transportasi Grab besutan Lippo Group. Meskipun pada tahun 2019 dapat kembali ke posisi pertama akan tetapi nilai indeks tetap menunjukkan penurunan dengan jumlah indeks 44,6%.

Hal ini menunjukkan bahwa minat menggunakan layanan jasa transportasi online Gojek Mengalami penurunan dari tahun pertama survei indeks dilakukan hingga tahun lalu. Kondisi tersebut menjadi pertanyaan besar apakah penyebab utama dari penurunan pengguna dalam 4 tahun terakhir. Melihat hal tersebut penulis melakukan observasi awal dengan objek pada mahasiswa FEB UPN “veteran” Jawa Timur dengan hasil penelitian disajikan dalam tabel 1.2

TABEL 1.2

HASIL PENELITIAN AWAL PADA MAHASISWA FEB UPN

“VETERAN” JAWATIMUR

Responden mahasiswa FEB “UPN Veteran Jawa Timur”	YA		TIDAK	
	Jumlah	Presentase	Jumlah	Presentase

promo membuat anda tertarik menggunakan layanan Gojek ?	48	78,2%	7	12,7%
merasa aplikasi Gojek mudah digunakan	23	41,8%	32	58,2%
merasakan manfaat setelah menggunakan layanan Gojek ?	25	45,5%	30	54,5%
minat menggunakan dan merekomendasikan Gojek kepada orang lain ?	22	40%	33	60%

(sumber : Hasil pra survei pada mahasiswa FEB UPN Veteran Jawa Timur)

Dari tabel 1.2 adalah hasil observasi awal dengan responden pada mahasiswa FEB UPN “Veteran” Jawa Timur sebanyak 55 orang responden terkait jasa transportasi online Gojek. Dari tabel tersebut diketahui bahwa responden merasa bahwa aplikasi Gojek merasa mudah digunakan hanya sebesar 41,8% dan sisanya sebesar 58,2% merasa sulit. Selain itu aplikasi gojek dirasa memiliki dampak manfaat hanya sebesar 45,5% sedangkan sisanya sebesar 54,5% mengatakan tidak minat menggunakan aplikasi Gojek terbilang rendah pada hasil survei hanya sebesar 40% yang masih berminat.

Salah satu faktor diterimanya suatu teknologi adalah melalui pendekatan technology acceptance model atau TAM. Dilansir *daily journal of information system and technology management* vol 14, no. 1 (2017), (Fred Davis. 1989)

menjelaskan bahwa terdapat dua variabel yang mempengaruhi minat seseorang untuk menggunakan sebuah teknologi yaitu : persepsi manfaat (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*). Kedua variabel tersebut yang akan menentukan minat penggunaan (*behavioral intention*) seseorang terhadap sebuah teknologi. Dalam *technology acceptance model* (TAM) menjelaskan bahwa ada keterkaitan pada variabel manfaat, kemudahan penggunaan dan minat menggunakan. Untuk itu pada penelitian ini menggunakan persepsi manfaat, persepsi kemudahan sebagai variabel independen serta minat sebagai variabel dependen.

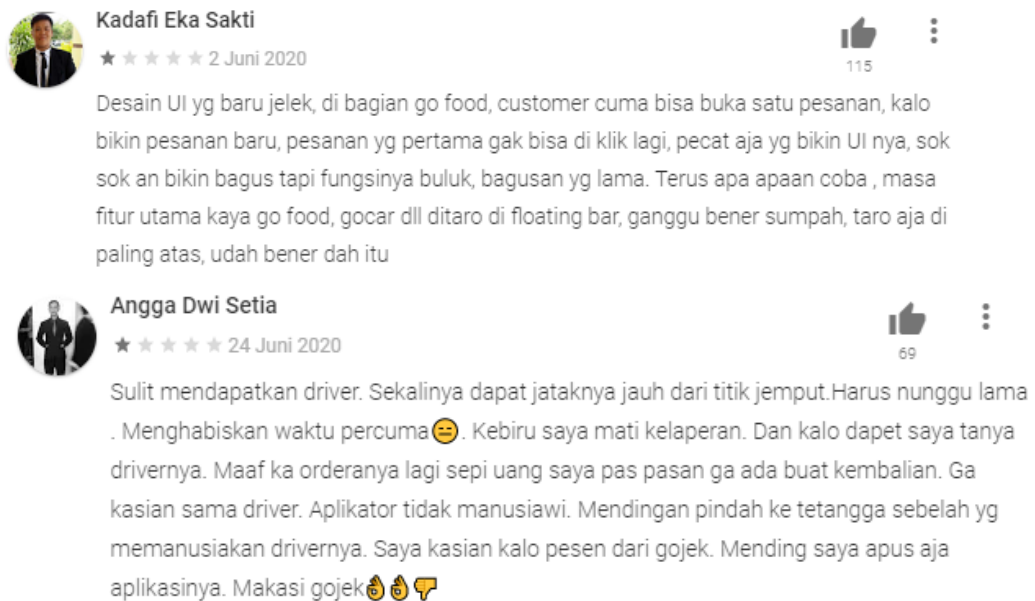
Dalam penggunaannya persepsi manfaat sebagai variabel yang mempengaruhi keputusan dalam berperilaku Menurut Davis dalam (Lai, 2017) persepsi manfaat didefinisikan sebagai sebuah pandangan subjektif pengguna terhadap seberapa besar kemungkinan menggunakan sebuah sistem (contoh: sistem pembayaran elektronik) yang dapat meningkatkan kinerjanya. dari teori tersebut dapat diartikan sistem harus memiliki kesan yang mendatangkan manfaat kepada individu yang akan atau telah menggunakannya. Menurut para ahli lainnya memiliki pandangan yang sama bahwa thompson. al (1991) Menyimpulkan pemanfaatan teknologi informasi merupakan manfaat yang diharapkan oleh pengguna teknologi informasi untuk melaksanakan tugas. Yang artinya suatu teknologi menawarkan manfaat yang diinginkan oleh pengguna sesuai dengan tugas serta hasil yang diinginkan.

Technology acceptance model (TAM) juga menjelaskan persepsi kemudahan memiliki pengaruh pada individu dalam niat berperilaku Menurut Davis dalam

chauan. (2015) mendefinisikan persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) yaitu sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan terbebas dari usaha. Ditawarkannya kemudahan suatu sistem dalam mengoperasikan serta menggunakan menjadi suatu tolak ukur bahwa sistem tersebut menjadi pilihan dalam menggunakannya.

Banyak sekali manfaat yang ditawarkan oleh aplikasi gojek sendiri diantaranya *go-food, go-pay, go-ride* sebagainya. Layanan ini tersebut memiliki persepsi rendah akan minat individu untuk menggunakannya. Meraka beranggapan bahwa aplikasi ini hanya membuat boros, tidak produktif serta konsumtif dan menghindari menggunakannya selama semua pekerjaan yang ada dapat diatasi sendiri.

Tidak sedikit dari individu belum menggunakan aplikasi jasa transportasi online pasalnya update secara berkala membuat tampilan daripada sistem yang ada terlihat rumit bahkan sistem tidak jarang mengalami *bug* atau masalah mengalami kendala dalam pengoperasiannya. Suatu sistem akan digunakan apabila penggunanya merasa mudah dalam mengopersikannya. Dari beberapa literatur bahwa kemudahan terbukti mempengaruhi dalam keputusan penggunaan.



Gambar 1.1 kolom ulasan play store

Kesulitan dihadapi oleh para pengguna pada aplikasi gojek terkait sistem pengoperasiannya. Berdasarkan ulasan yang diberikan salah satu konsumen dengan nama akun “kadifa eka sakti” ulasan yang dilakukan pada tanggal 2 juni 2020 mengatakan update desain yang terbaru jelek sehingga menyulitkan pengguna ketika melakukan transaksi *go-food*. Konsumen hanya diperkenankan untuk melakukan transaksi sebanyak satu kali saja sedangkan akun bernama “kadafi eka sakti” menginginkan pesanan baru dan sebelumnya dijadikan dalam satu bagian.

Berdasarkan ulasan dari akun “Angga Dwi setia” ulasan yang dilakukan 24 juni 2020 mengatakan sistem GPS dari gojek tidak akurat sehingga sulit untuk mendapatkan driver *go-food* dan menghabiskan waktu yang lama untuk menunggu. Selain itu “angga dwi setia” mempermasalahkan aplikator tidak memperhatikan drivernya.

Berdasarkan hasil observasi tersebut, para pengguna aplikasi gojek merasa update serta *user interface* yang ada membuat mereka mengalami kesulitan. Pengalaman pengguna aplikasi ini jadi berkurang seharusnya kemudahan yang ditawarkan oleh gojek memberakan dampak manfaat secara fisik. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa seseorang akan memutuskan menggunakan suatu teknologi tertentu apabila ia memiliki pengalaman baik yang didukung oleh faktor luar dari pengaruh lingkungan atau secara langsung dengan mencoba.

Diketahui faktor diterimanya suatu teknologi salah satunya persepsi manfaat merupakan persepsi manfaat dapat didefinisikan sebagai suatu kepercayaan atau *belief* bahwa pengguna suatu teknologi akan meningkatkan kinerja individu sehingga mempengaruhi proses pengambilan keputusan penggunaan teknologi tersebut. Jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi berguna maka dia akan menggunakannya. Proses penerimaan layanan gojek sendiri dipengaruhi oleh persepsi manfaat karena besarnya anggapan masyarakat tentang manfaat yang diperoleh selama menggunakan jasa transportasi online gojek ini dapat mempengaruhi intensitas penggunaannya.

Pengaruh persepsi kemudahan memiliki peran penting individu dalam memutuskan suatu perilaku persepsi manfaat merupakan suatu kepercayaan para pengguna bahwa suatu teknologi akan diterima apabila dalam penggunaannya akan terbebas dari usaha sehingga mempengaruhi proses pengambilan keputusan penggunaan teknologi tersebut jika orang merasa percaya bahwa suatu teknologi atau sistem informasi mudah digunakan maka dia akan menggunakannya.

Meskipun usaha memiliki persepsi berbeda pada setiap individu, tetapi umumnya untuk menghindari penolakan terhadap penggunaan sistem yang dikembangkan, maka sistem tersebut harus mudah dipublikasikan oleh pengguna tanpa menimbulkan usaha yang memberatkan.

Berdasarkan uraian tersebut penulis melakukan penelitian tentang minat menggunakan akibat adanya persepsi kemudahan dan persepsi manfaat pada mahasiswa UPN “Veteran” Jawa Timur penelitian berjudul “pengaruh persepsi manfaat dan persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan aplikasi layanan jasa transportasi online Gojek ”.

1.2 Rumusan masalah

1. Apakah persepsi manfaat berdampak pada minat menggunakan layanan transportasi online Gojek pada mahasiswa UPN “Veteran” Jawa Timur
2. Apakah persepsi kemudahan berpengaruh dalam minat menggunakan layanan transportasi online pada mahasiswa UPN “Veteran” Jawa Timur

1.3 Tujuan penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh persepsi manfaat terhadap minat menggunakan jasa layanan transportasi online Gojek pada mahasiswa di UPN “Veteran” Jawa Timur
2. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan jasa transportasi online pada mahasiswa di UPN “Veteran” Jawa Timur

1.4 Manfaat penelitian

1. bagi perusahaan

hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi untuk Merancang strategi pemasaran yang lebih baik agar menarik minat pengguna yang lebih besar

2. bagi akademik

hasil penelitian ini bisa dijadikan referensi untuk peneliti yang lain yang akan mengembangkan penelitian yang serupa.

3. Bagi penulis

penulis dapat mengetahui Lebih dalam tentang teori technology acceptance model Yang mempengaruhi seseorang dalam minat menggunakan suatu teknologi informasi.