

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

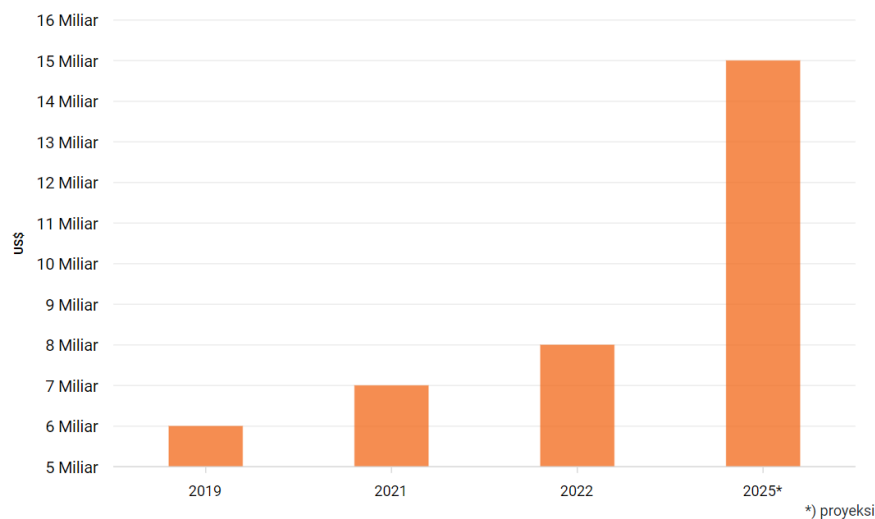
Pada akhir-akhir ini, dunia teknologi dan sistem informasi telah berkembang cukup pesat. Ketergantungan manusia terhadap teknologi semakin besar. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan banyaknya digitalisasi dalam berbagai aspek kehidupan sosial masyarakat. Perubahan pola kehidupan masyarakat yang sebelumnya dilakukan secara konvensional, kini telah beralih menjadi digital. Karena pesatnya perkembangan digital, banyak inovasi yang dibuat untuk memudahkan kehidupan masyarakat yang ada di dunia saat ini. Perkembangan teknologi dan sistem informasi tersebut, dapat memberikan dampak positif seperti efektifitas dan efisiensi aktivitas yang dilakukan oleh masyarakat.

Begitu juga dalam dunia bisnis, banyak sekarang ini bisnis-bisnis yang menerapkan sistem layanan digital atau online untuk memudahkan operasional bisnisnya. Dengan adanya internet, dapat mempermudah pertukaran informasi dan komunikasi pada lingkup aktivitas bisnis sehingga kegiatan bisnis dapat dilakukan oleh perusahaan secara online, utamanya dalam kegiatan hubungan antara perusahaan dengan konsumennya (Masdaini & Hidayat, 2020). Salah satunya terjadi dalam bisnis transportasi seperti ojek online. Ojek online merupakan salah satu bisnis baru yang belum ada dalam beberapa dekade yang lalu. Bisnis ini terbentuk dikarenakan adanya digitalisasi. Dengan adanya ojek online memudahkan orang dalam memesan ojek dengan lebih efektif dan efisien. Yang dulunya orang harus menuju ke pangkalan terlebih dahulu jika ingin memesan ojek,

kini dengan adanya ojek online seseorang dapat dengan mudah memesan ojek hanya melalui smartphone mereka.

Seiring berjalannya waktu perkembangan ojek online semakin meningkat. Perkembangan tersebut dapat dibuktikan dari perkembangan nilai ekonomi di bidang transportasi online yang selalu naik setiap tahunnya.

Gambar 1.1 Nilai Ekonomi Sektor Transportasi Online (2019-2025*)



Sumber : databoks.katadata.id (2022)

Berdasarkan hasil riset dari Google, Temasek, dan Bain & Company diketahui bahwa pada 2022 nilai transaksi di bidang transportasi online, di Indonesia (seperti ojek dan taksi online) diperkirakan telah menyentuh angka hingga sekitar Rp124,84 triliun atau US\$8 miliar. Jumlah ini juga meliputi layanan pesan-antar makanan seperti ShopeeFood, Grabfood, dan GoFood. Menurut laporan yang berjudul “*e-Conomy Southeast Asia 2022*”, pada tahun 2021, transaksi pada *food delivery* dan ojek online di Indonesia mencapai sekitar US\$7

miliar. Namun, laporan tersebut memperkirakan pertumbuhan sebesar 19% pada tahun 2022, yang berarti nilai transaksi tersebut diperkirakan akan meningkat menjadi sekitar US\$8 miliar.

Pada tahun 2019, nilai transaksi di Indonesia di sektor *food delivery* dan ojek online hanya menyentuh angka US\$6 miliar. Kemudian, pada 2021 terdapat peningkatan hingga 9% dengan menyentuh angka sekitar US\$7 miliar. Sementara itu, terdapat proyeksi peningkatan di Indonesia sebesar 22% menjadi sekitar US\$15 miliar di tahun 2025 di sektor transportasi online. Selain itu, perkiraan nilai ekonomi digital Indonesia juga menunjukkan pertumbuhan yang signifikan, diperkirakan akan meningkat sebesar 22% secara tahunan (*year on year / yoy*) menjadi sekitar US\$77 miliar di tahun 2022. E-commerce merupakan unit esensial yang menjadi pendorong pertumbuhan, diikuti travel online, media online, serta transportasi online. Pertumbuhan sektor-sektor ini mencerminkan perkembangan pesat dalam ekonomi digital Indonesia.

Continuance intention atau niat penggunaan berkelanjutan oleh pengguna terhadap suatu sistem informasi ialah satu di antara elemen krusial di mana mesti menjadi perhatian selama pemasaran bisnis di bidang teknologi. Niat penggunaan berkelanjutan ini berkaitan dengan keputusan pengguna sebuah sistem informasi untuk terus menggunakan sebuah sistem informasi tersebut di kemudian hari. *Continuance Intention* menjadi faktor krusial di mana mesti dijadikan perhatian bagi perusahaan. Perihal itu dikarenakan *continuance Intention* berkaitan dengan perilaku penggunaannya atas pemakaian sistem informasi. Ketika penggunaannya telah memutuskan untuk menggunakan sebuah sistem informasi secara berkelanjutan,

maka hal tersebut dapat menjadi dampak positif bagi perusahaan. Perusahaan akan mendapatkan pengguna atau pelanggan tetap sehingga dapat menstabilkan dan meningkatkan pendapatan mereka. Namun, ketika pengguna memutuskan untuk tidak lagi menggunakan sebuah sistem informasi, maka akan berdampak pada pendapatan perusahaan dari layanan sistem informasi tersebut.

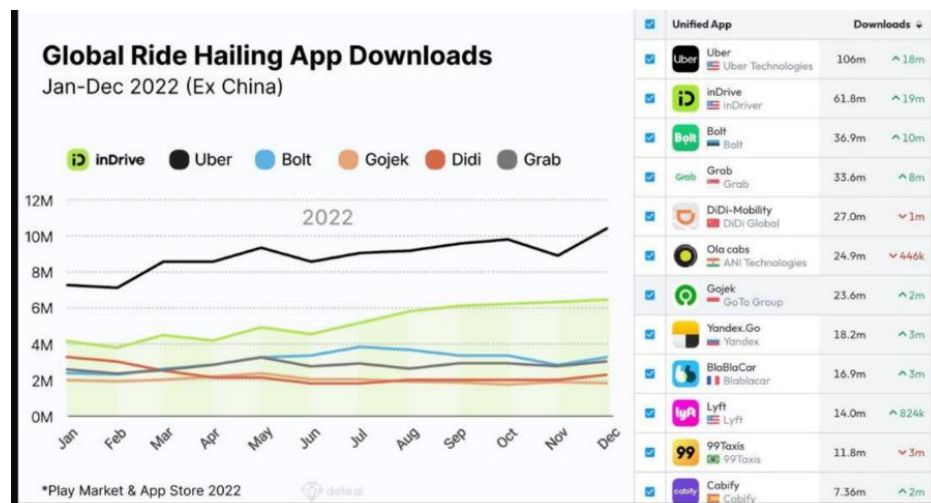
Pada penggunaan kontinu sebuah sistem informasi, satu di antara aspek yang memengaruhi pertimbangan pengguna ialah kepuasan (*satisfaction*). Kepuasan berkaitan dengan seberapa puas penggunanya memakai sebuah sistem informasi. Menurut (Bhattacharjee, 2001), kepuasan tersebut dan penggunaan sistem informasi sebelumnya mendasari keputusan pengguna dalam menggunakan kembali suatu sistem informasi. Ketidakpuasan pengguna pada sistem informasi, menyebabkan pengguna ragu dan akan memikirkan kembali ketika ia ingin menggunakan sistem informasi tersebut di kemudian hari. Sebaliknya, ketika pengguna merasa puas selama memanfaatkan sistem informasi, selanjutnya muncul kemungkinan makin tinggi pada pengguna supaya memanfaatkannya secara berkelanjutan pada masa mendatang.

Selanjutnya, guna meningkatkan kepuasan pada pengguna sistem informasi, maka ada beberapa aspek yang perlu diperhatikan. Diantaranya seperti manfaat (*perceived usefulness*) serta kemudahan (*perceived ease of use*) sebuah sistem tersebut bagi pengguna. Persepsi manfaat berkaitan dengan bagaimana sebuah sistem informasi tersebut berguna bagi pengguna. Ketika pengguna memperoleh pengalaman berupa manfaat dan kemudahan baginya dari sistem informasi yang ada, besar kemungkinan dia sangat terpuaskan oleh sistem informasi yang ada itu

sehingga dapat meningkatkan keputusan pelanggan untuk terus menggunakannya secara berkelanjutan.

Selain persepsi manfaat dan kemudahan, faktor lain yang juga memiliki peran penting pada kepuasan pengguna adalah kualitas layanan. Kualitas layanan berkaitan dengan seberapa baik perusahaan dalam memberikan layanan kepada pengguna. Service Quality dapat dilihat dari perbandingan persepsi pelanggan terhadap pelayanan di mana telah diterima terhadap pelayanan atau apa yang sebenarnya mereka harapkan dari perusahaan (Saputri, 2019). Kualitas layanan sangat perlu diperhatikan karena berkaitan dengan keinginan dan harapan pelanggan.

Gambar 1.2 Jumlah unduhan transportasi online secara global Januari – Desember 2022

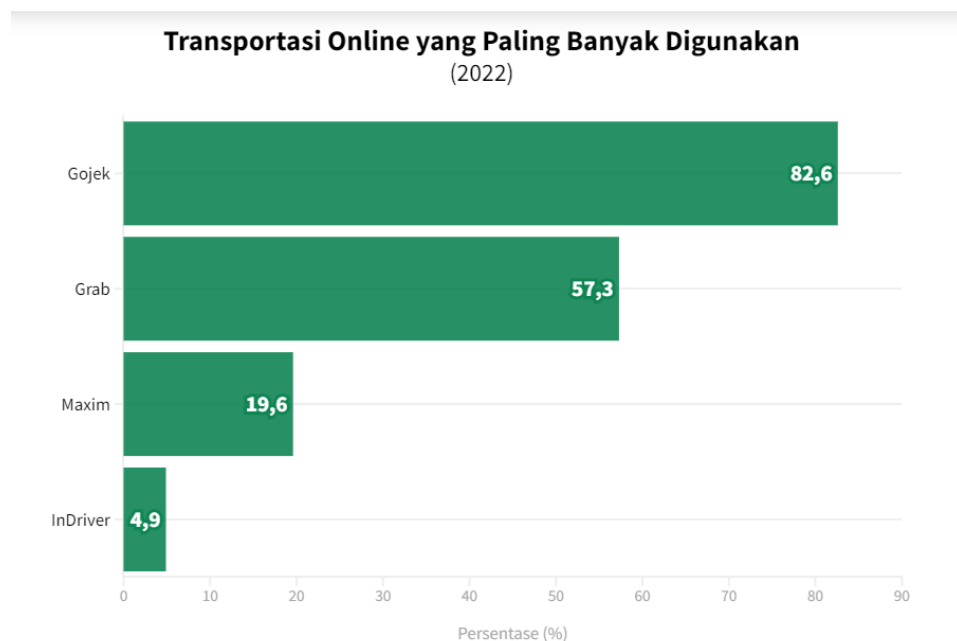


Sumber : data.ai (2022)

Pada tahun 2022, InDrive mengalami pertumbuhan yang pesat dengan meningkatnya pendapatan kotor sebesar 88% secara *year-on-year*. Berdasarkan

data dari data.ai, setiap tahunnya pengunduhan aplikasi Indrive meningkat sebesar 45%, terdapat 42,6 juta unduhan di tahun 2021 dan mengalami peningkatan sebesar 61,8 juta unduhan di tahun 2022. Dan di tahun 2022, pada App Store dan Google Play, aplikasi Indrive menjadi aplikasi transportasi online dengan unduhan kedua terbanyak. Kini Indrive juga telah beroperasi di 47 negara, mengalami peningkatan dibandingkan pada tahun 2022 yaitu 37 negara. Pada tahun 2022 Indrive juga menambah jumlah timnya menjadi 1.000 orang, untuk menjangkau hingga 2.700 karyawan di mana menyebar pada seluruh dunia melalui 17 kantornya (Sayekti, 2023).

Gambar 1.3 Transportasi online yang paling banyak digunakan di Indonesia

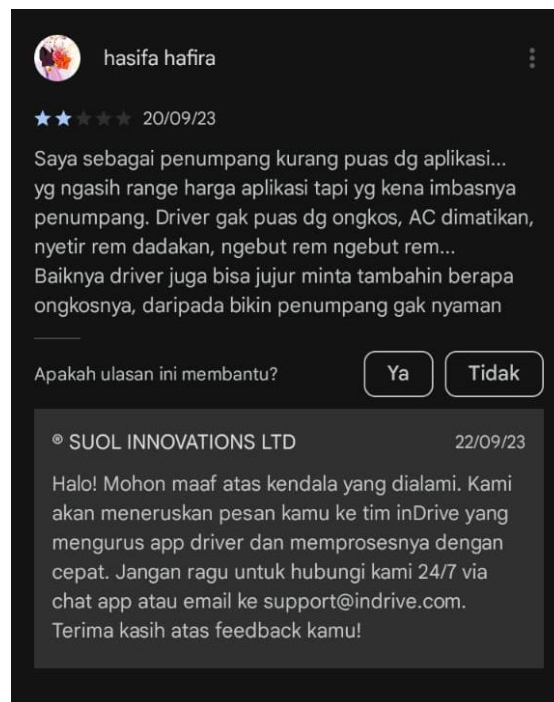


Sumber : DataIndonesia.id (2022)

Meskipun aplikasi Indrive merupakan aplikasi nomor dua yang paling banyak di unduh di App Store dan Google Play, namun berdasarkan data dari

DataIndonesia.id, Indrive masih menempati urutan keempat untuk transportasi online yang paling banyak digunakan di Indonesia dengan persentase sebesar (4,9%), dibawah Gojek (82,6%), Grab (57,3%), dan Maxim (19,6%) . Artinya, bisa dikatakan penduduk di Indonesia yang menggunakan aplikasi Indrive bisa dibilang masih cukup sedikit dibandingkan tiga kompetitornya. Hal ini menjadi masalah dan tantangan tersendiri bagi aplikasi Indrive untuk dapat menarik pelanggan di Indonesia untuk menggunakan aplikasi Indrive kedepannya. Sehingga perlu adanya penelitian terkait hal ini sehingga dapat menghasilkan informasi yang bermanfaat sebagai bahan evaluasi dan pertimbangan untuk strategi Indrive kedepannya.

Gambar 1.4 Keluhan pengguna aplikasi Indrive



Sumber : Google Play Store

Selain itu di Google Playstore sendiri juga terdapat salah satu pengguna aplikasi Indrive dengan nama hashifa hafira yang mengeluhkan terkait ketidakpuasan terhadap aplikasi. Pengguna tersebut mengeluhkan terkait driver yang tidak puas dengan ongkos yang diberikan sehingga memberikan layanan yang tidak sesuai dengan yang pengguna inginkan seperti mematikan AC, mengerem mendadak, dan mengebut ketika mengemudi. Beberapa keluhan yang dialami oleh pengguna tersebut dapat berpotensi pada penurunan kepuasan pengguna terhadap aplikasi Indrive. Jika kepuasan yang dirasakan pengguna mengalami penurunan maka juga dapat mempengaruhi turunnya niat penggunaan keberlanjutan pengguna terhadap aplikasi Indrive.

Kini layanan aplikasi Indrive telah tersedia di kota Surabaya, merupakan salah satu kota metropolitan di Indonesia dengan total penduduknya nomor dua paling banyak. Total penduduk tak berhenti naik dan banyaknya penduduk yang menggunakan kendaraan pribadi menyebabkan tingkat kemacetan yang cukup tinggi di Surabaya terutama pada jam-jam sibuk. Dengan melihat kondisi tersebut, Indrive hadir sebagai solusi dalam menyediakan transportasi umum yang dibutuhkan oleh warga Surabaya melalui fitur-fiturnya. Kini jumlah mitra aplikasi Indrive di Surabaya telah mencapai sekitar 1.500 pengemudi dan akan terus bertambah setiap harinya. (Syarief, 2019).

Berdasarkan data dan teori di mana telah dipaparkan, penulis memiliki ketertarikan guna melaksanakan penelitian terkait penggunaan berkelanjutan aplikasi “Indrive”. Dengan penelitian berfokuskan dengan mengambil responden pada masyarakat Surabaya. Oleh karena itu, penulis merumuskan judul “Pengaruh

Perceived usefullness, Perceived Ease of Use, dan Service Quality terhadap Continuance Intention dengan Satisfaction sebagai variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Aplikasi Indrive di Surabaya)”.

1.2 Rumusan Masalah

Berikut ialah perumusan permasalahan dalam penelitian ini:

1. Apakah *Perceived Usefullness* berpengaruh terhadap *Satisfaction* pada pengguna aplikasi Indrive di Kota Surabaya?
2. Apakah *Perceived Ease of Use* berpengaruh terhadap *Satisfaction* pada pengguna aplikasi Indrive di Kota Surabaya?
3. Apakah *Service Quality* berpengaruh terhadap *Satisfaction* pada pengguna aplikasi Indrive di Kota Surabaya?
4. Apakah *Satisfaction* berpengaruh terhadap *Continuance Intention* pada pengguna aplikasi Indrive di Kota Surabaya?
5. Apakah *Perceived Usefullness* berpengaruh terhadap *Continuance Intention* pada pengguna aplikasi Indrive di Kota Surabaya?
6. Apakah *Perceived Ease of Use* berpengaruh terhadap *Continuance Intention* pada pengguna aplikasi Indrive di Kota Surabaya?
7. Apakah *Service Quality* berpengaruh terhadap *Continuance Intention* pada pengguna aplikasi Indrive di Kota Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun berikut merupakan tujuan diadakannya penelitian ini:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Satisfaction* pada pengguna aplikasi Indrive di Kota Surabaya
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap *Satisfaction* pada pengguna aplikasi Indrive di Kota Surabaya
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Service Quality* terhadap *Satisfaction* pada pengguna aplikasi Indrive di Kota Surabaya
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Satisfaction* terhadap *Continuance Intention* pada pengguna aplikasi Indrive di Kota Surabaya
5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Continuance Intention* pada pengguna aplikasi Indrive di Kota Surabaya
6. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap *Continuance Intention* pada pengguna aplikasi Indrive di Kota Surabaya
7. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Service Quality* terhadap *Continuance Intention* pada pengguna aplikasi Indrive di Kota Surabaya

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat Teoretis

Peneliti berharap adanya perolehan manfaat atas hasil penelitian berikut secara teoretis berupa:

1. Mampu memberi sumbangsih pada perkembangan ilmu pengetahuan khususnya terkait *Continuance Intention*

2. Mampu bermanfaat ataupun memberi kegunaan bagi beragam pihak, khususnya pada keilmuan administrasi bisnis sebagai sumber rujukan maupun pengkajian guna penelitian berikutnya berkaitan *Continuance Intention*
3. Dapat menambah wawasan bagi masyarakat dan pelaku bisnis di bidang transportasi online terkait faktor *Continuance Intention* atau niat penggunaan berkelanjutan

Manfaat Praktis

Peneliti mengharapkan supaya secara praktis, hasil penelitian berikut mampu bermanfaat berupa:

1. Mampu memberi sumbangan pemikiran bagi dunia praktisi dalam perkembangan ilmu pemasaran dan sistem informasi bisnis terkait *Continuance Intention*
2. Adanya penemuan ini juga diharapkan bisa memberikan informasi bagi perusahaan sebagai bahan pertimbangan dalam membuat strategi bisnis dengan melibatkan faktor *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Service Quality, Satisfaction*, dan khususnya *Continuance Intention* supaya dapat meningkatkan kualitas kinerja dan layanan sehingga dapat memperluas pangsa pasarnya serta meningkatkan profit perusahaannya.