

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi memberikan pengaruh yang besar terhadap berbagai aspek kehidupan manusia. Terlebih di era perkembangan internet saat ini hampir semua aktivitas sehari-hari bisa dilakukan secara online dan menggunakan internet. Dengan munculnya internet dan perangkat portabel, e-commerce konsumen ke konsumen (C2C) telah mengalami perkembangan pesat di seluruh dunia (Dan, 2014). Contoh pasar elektronik C2C yang populer meliputi usaha di bidang transportasi online yaitu Go-jek di Indonesia. Hal tersebut dibuktikan dengan semakin berkembangnya pengaruh transportasi umum yang mendorong terciptanya aplikasi Gojek.

Gojek memulai perjalanannya pada tahun 2010 dengan layanan pertama yaitu pemesanan ojek melalui call-center. Pada tahun 2015, Gojek berkembang pesat setelah meluncurkan sebuah aplikasi dengan tiga layanan, yaitu: GoRide, GoSend, dan GoMart. Sejak saat itu, laju Gojek semakin cepat dan terus beranjak hingga menjadi grup teknologi terkemuka yang melayani jutaan pengguna di Asia Tenggara (Gojek, 2018).

Fenomena transportasi online dapat berkembang besar dengan adanya dua sisi pengguna yaitu pengemudi dan penumpang, semakin banyak pengguna dari ke dua sisi tersebut maka semakin besar juga aplikasi transportasi online tersebut. Namun, terlepas dari pentingnya dan perkembangan bisnis transportasi online yang cepat, perusahaan Gojek menghadapi persaingan ketat dari para pesaing

transportasi online lainnya. Apabila pengguna tersebut menemukan sebuah kesulitan dalam menggunakan aplikasi Go-partner, maka pengguna tersebut bisa saja menggunakan aplikasi yang disediakan oleh pesaing yang lebih sesuai dengan harapannya. Jadi, bagaimana menjaga pengguna aplikasi Go-partner, termasuk pengemudi dan penumpang, menggunakan aplikasi Go-partner menjadi masalah penting.

Penelitian mengenai transportasi online saat ini kebanyakan dilakukan dari perspektif penumpang. Namun, baik penumpang maupun pengemudi adalah pengguna transportasi online dan memiliki motivasi untuk berpartisipasi dalam menggunakan aplikasi tersebut. Karena itu, untuk menjaga transaksi online pada aplikasi Go-Partner, penting bagi Gojek untuk mengetahui perspektif penumpang dan pengemudi. Dalam penelitian ini, peneliti ingin mengetahui pada dampak kepercayaan dan risiko yang dirasakan, namun penelitian ini hanya meneliti satu konstruksi pada perspektif pengemudi pada niat menggunakan aplikasi Go-partner dalam layanan Go-ride. Karena penelitian pada perspektif penumpang sudah banyak ditemui, namun dalam perspektif pengemudi belum ada penelitiannya. Mengingat keduanya adalah faktor utama dalam perkembangan transportasi online.

Kepercayaan dan risiko adalah masalah penting dalam e-commerce terutama karena aktivitas penipuan yang terjadi setiap hari secara online. Memang, penipuan e-commerce tumbuh pada tingkat yang mengkhawatirkan. Serupa dengan penumpang, pengemudi juga secara rutin terlibat dengan penumpang dengan siapa mereka memiliki sedikit atau tanpa interaksi sebelumnya. Oleh karena itu, mereka juga menghadapi penipuan e-commerce

seperti pembayaran di belakang waktu untuk produk dan perselisihan yang tidak masuk akal dari pengemudi mengenai produk dan layanan (Sun, 2010). Persepsi pengemudi tentang kepercayaan dan risiko bisa berbeda dari persepsi penumpang, tetapi mereka telah menerima perhatian terbatas dalam penelitian e-commerce C2C (Sun, 2010; Leonard, 2012). Kepercayaan pengemudi dibangun di atas basis teknis, kebijakan, dan kelembagaan yang berbeda (Sun, 2010).

Trust atau kepercayaan merupakan aspek sentral dalam banyak transaksi ekonomi karena kebutuhan manusia yang mendalam untuk memahami lingkungan sosial, yaitu, untuk mengidentifikasi apa, kapan, mengapa, dan bagaimana orang lain berperilaku (Gefen, 2003). Pada *e-commerce* atau proses jual beli, kurangnya kepercayaan dapat mencegah konsumen untuk terlibat dalam transaksi *online*. *Trust* merupakan hal yang krusial dalam *E-Commerce* (Loanata & Tileng, 2016).

Perceived risk atau resiko yang dirasakan didefinisikan sebagai harapan subjektif masyarakat yang mengalami kerugian dalam mengejar hasil yang diinginkan (WARKENTIN, GEFEN, PAVLOU, & ROSE, 2002). Menurut (Pavlou, P.A., 2003) resiko yang dirasakan itu terdiri dari lingkungan yang tidak pasti, ketidakpastian perilaku ada karena penyedia layanan *online* dapat berperilaku dengan cara oportunistik dengan mengambil keuntungan dari sifat non-pribadi lingkungan elektronik, sementara ketidakpastian lingkungan muncul karena sifat tak terduga dari teknologi berbasis internet yang berada diluar kendali konsumen (Pavlou, P.A., 2003). Di dalam *e-commerce* resiko yang dirasakan akan mengurangi niat pengguna untuk bertukar informasi dan menyelesaikan transaksi (Pavlou, P.A., 2003).

Berdasarkan beberapa penelitian yang telah dijelaskan pada paragraf sebelumnya bahwa *trust* dan *perceived risk* memiliki pengaruh terhadap niat menggunakan layanan internet. Salah satu bentuk penggunaan layanan internet yang ada saat ini adalah *e-commerce* maka penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh *trust* dan *perceived risk* terhadap niat pengemudi Go-jek untuk menggunakan aplikasi Go-partner pada layanan Go-ride di Kota Surabaya. Go-partner adalah aplikasi yang digunakan para pengemudi untuk melakukan pekerjaannya mencari penumpang. Pada aplikasi Gopartner tersebut memiliki beberapa layanan seperti Go-Ride, Go-Send, Go-Car, dan Go-Food, namun dalam penelitian ini studi kasus yang diambil adalah layanan Go-ride atau layanan antar penumpang dengan menggunakan motor.

1.2 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang tersebut maka permasalahan yang diangkat pada penelitian ini adalah bagaimana pengaruh *trust* dan *perceived risk* terhadap niat pengemudi Go-jek Surabaya untuk menggunakan aplikasi Go-partner ?

1.3 BATASAN MASALAH

1. Variabel-variabel yang digunakan pada penelitian ini meliputi *perceived risk*, *Institution based on trust*, *Trust in intermediary*, *The impact of trust in intermediary on institution based on trust*.

2. Responden penelitian ini didasarkan pada driver transportasi online Go-jek yang berdomisili di **Kota Surabaya**.

1.4 TUJUAN

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *trust* dan *perceived risk* terhadap niat pengemudi Go-jek menggunakan aplikasi transportasi online Go-Partner dalam layanan Go-Ride di Surabaya.

1.5 MANFAAT

Manfaat yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Menjadi bahan masukan bagi pihak Go-jek dalam rangka pengembangan sistem di masa yang akan datang.
2. Sebagai bahan referensi bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian di bidang yang serupa.

1.6 SISTEMATIKA PENULISAN

Dalam skripsi ini, pembahasan dijelaskan dalam lima bab dengan sistematika sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisikan tentang latar belakang, perumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan, manfaat dan sistematika penulisan yang digunakan dalam penelitian ini.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas beberapa teori dasar untuk menunjang penyelesaian penelitian ini, yaitu antara lain mengenai *E-commerce*, Transportasi online, Gojek, Peraturan transportasi online, Trust, Perceived Risk, Variabel penelitian, Metode pengumpulan data, Populasi, Sampel, Teknik *sampling*, Uji validitas dan

Uji reliabilitas, *Structural Equation Model (SEM)*, Dan beberapa tinjauan pustaka mengenai penelitian sebelumnya yang relevan.

BAB III METODOLOGI

Bab ini berisi metodologi yang digunakan dalam melakukan penelitian berdasarkan alur penelitian yang terdiri dari mengidentifikasi masalah, melakukan literature review/tinjauan pustaka, penyusunan model konseptual, hipotesis penelitian, definisi operasional, penyusunan instrumen penelitian dan pengukurannya, menentukan metode pengumpulan data, analisis dan pembahasan.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang pembahasan dari hasil data yang di analisis, antara lain pembahasan tabulasi data, pembahasan analisis deskriptif, pembahasan analisis inferensial, pengujian hipotesis, dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan yang dapat diambil dari keseluruhan isi dari penelitian serta saran yang disampaikan penulis sebagai penyempurnaan yang mungkin dapat diterapkan kedepannya. Keterbatasan penelitian juga dibahas pada bab ini.

DAFTAR PUSTAKA

Pada bagian ini akan dipaparkan tentang sumber-sumber literatur yang digunakan dalam pembuatan laporan ini.

LAMPIRAN

Pada bagian ini berisi beberapa dokumen yang sesuai dengan fakta yang ada di lapangan.