

BAB I

PENDAHULUAN

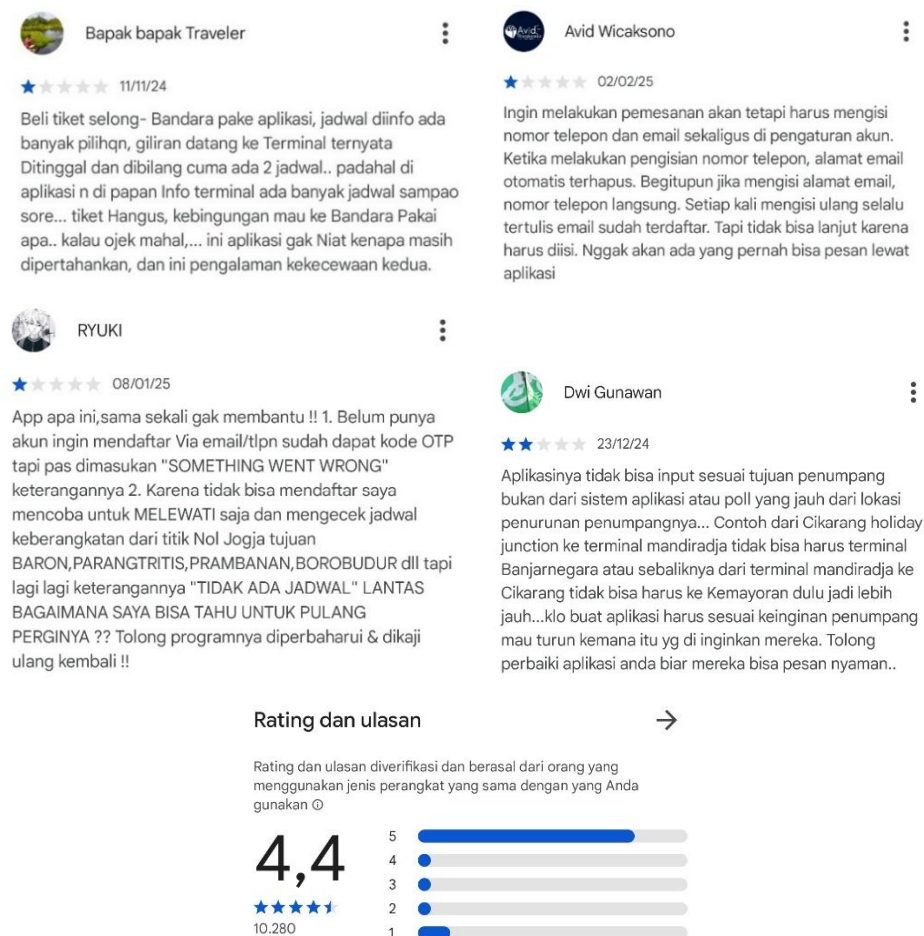
Bab ini menjelaskan mengenai latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian pada skripsi. Bab ini memberikan gambaran umum mengenai pentingnya skripsi serta konteks yang melatarbelakangi pemilihan topik.

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi telah membawa perubahan besar di berbagai sektor. Salah satu inovasi teknologi yang populer adalah aplikasi mobile yang semakin meluas penggunaannya di masyarakat. Telepon genggam kini menawarkan berbagai konten dan layanan yang memberikan kemudahan dalam mengakses informasi. Kemudahan ini menciptakan peluang besar bagi perusahaan, terutama yang bergerak di bidang jasa untuk meningkatkan kinerja dan pelayanan kepada pelanggan. Selain itu, aplikasi mobile juga memungkinkan perusahaan mendapatkan *feedback* yang dapat menjadi nilai keunggulan kompetitif [1].

Sebagai kelompok yang paling dekat dengan kemajuan teknologi digital, Generasi Z menempati posisi penting dalam mendorong adopsi aplikasi mobile. Generasi ini lahir antara tahun 1997 hingga 2012 dan kini mencakup sekitar 27,94% dari populasi Indonesia atau sekitar 74,93 juta jiwa [2]. Generasi Z dibesarkan di era digital dengan akses tak terbatas pada internet, *smartphone*, dan media sosial [3]. Sebagai *digital native*, Generasi Z menggunakan internet untuk hampir semua hal, mulai dari bersosialisasi, hiburan, hingga bekerja dan belajar. Generasi Z cenderung lebih sering menggunakan aplikasi mobile untuk berbagai keperluan, termasuk transportasi, karena kenyamanan dan efisiensi yang ditawarkan. Namun, mereka juga lebih kritis terhadap kualitas layanan digital dan memiliki harapan tinggi terhadap *user experience* yang mulus dan tanpa gangguan teknis [3]. Sebagai generasi yang mendominasi populasi produktif dan memiliki tingkat literasi digital tinggi, Generasi Z menjadi aktor penting dalam keberhasilan transformasi digital layanan publik di Indonesia. Inovasi layanan transportasi berbasis digital memerlukan tingkat penerimaan yang tinggi dari kelompok ini untuk menjamin keberlanjutan penggunaannya dalam jangka panjang. Dengan demikian, fokus pada Generasi Z dalam mengevaluasi penerimaan teknologi digital di sektor transportasi menjadi sangat penting dalam konteks sustainabilitas sistem transportasi publik yang modern.

Salah satu bentuk digitalisasi layanan publik di sektor transportasi adalah peluncuran DAMRI Apps oleh Perum DAMRI. Aplikasi ini memfasilitasi pengguna dalam merencanakan perjalanan, melihat jadwal keberangkatan, memesan tiket, hingga melakukan pembayaran secara digital. Sejak diluncurkan pada tahun 2019, jumlah pengguna DAMRI Apps telah melampaui satu juta orang [4]. Keberadaan aplikasi ini mendukung transformasi layanan transportasi yang lebih modern dan efisien. Penerimaan yang lebih luas terhadap DAMRI Apps dapat meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pengguna, mengoptimalkan pendapatan perusahaan, serta mendorong masyarakat beralih ke transportasi publik, yang berkontribusi pada pengurangan kemacetan dan polusi udara. Hal ini sejalan dengan inisiatif pemerintah Indonesia melalui Gerakan Nasional Kembali ke Angkutan Umum yang bertujuan mengajak masyarakat, untuk beralih dari kendaraan pribadi ke angkutan umum massal. Program ini diharapkan dapat mengurangi kemacetan lalu lintas, meningkatkan kesehatan masyarakat, mengurangi polusi udara, dan menghemat bahan bakar minyak (BBM) [5].



Gambar 1.1 Rating dan ulasan DAMRI Apps

Namun, meskipun DAMRI Apps telah menunjukkan pertumbuhan pengguna yang signifikan, masih terdapat tantangan yang memengaruhi penerimaan pengguna secara luas. Berdasarkan gambar 1.1 DAMRI Apps pada Play Store mendapatkan rating sebesar 4,4 dari total 10.280 pengguna yang telah memberikan ulasan. Jika dilihat dari ratingnya, aplikasi ini sudah cukup bagus. Beberapa ulasan negatif pada Gambar 1.1 menunjukkan berbagai kendala yang dihadapi pengguna dalam menggunakan DAMRI Apps. Pengguna mengeluhkan informasi jadwal bus yang tidak akurat, proses pendaftaran akun yang sulit, serta ketidakpuasan pengguna terhadap fitur input tujuan, sehingga pengguna tidak dapat memilih tujuan sesuai keinginan, melainkan harus mengikuti sistem yang telah ditentukan. Ketidaksesuaian informasi jadwal dapat menurunkan ekspektasi kinerja, sementara masalah teknis dalam pendaftaran dan pengalaman pengguna yang buruk berpotensi menghambat kemudahan penggunaan. Selain itu, ketidakakuratan informasi dan berbagai kendala teknis ini juga dapat berdampak negatif terhadap kepercayaan pengguna terhadap aplikasi. Ketika pengguna merasa tidak yakin dengan keandalan aplikasi, mereka cenderung enggan menggunakannya kembali, yang dapat menghambat adopsi teknologi secara lebih luas.

Untuk memahami fenomena ini secara lebih mendalam, banyak studi sebelumnya menggunakan model-model teoritis untuk menganalisis penerimaan teknologi. Salah satu model yang paling komprehensif adalah *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT). Pendekatan model UTAUT merupakan salah satu model yang dapat digunakan untuk mengevaluasi tingkat adopsi dan perilaku penggunaan teknologi baru yang diperkenalkan di masyarakat. Model ini memiliki kemampuan untuk menjelaskan variasi dalam minat penggunaan terhadap teknologi hingga 70% lebih baik dibandingkan dengan delapan model sebelumnya yaitu diantaranya, *Theory Reasoned Action* (TRA), *Technology Acceptance Model* (TAM), *Motivational Model* (MM), *Theory of Planned Behaviour* (TPB), *Combined TAM and TPB* (C-TAM-TPB), *Model of PC Utilization* (MPCU), *Innovation Diffusion Theory* (IDT), dan *Social Cognitive Theory* (SCT) [6]. Studi empiris menunjukkan bahwa UTAUT adalah model paling efektif dalam menganalisis penerimaan teknologi. Seperti halnya penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Octaviani et al. [7] yang menemukan bahwa model UTAUT yang telah dimodifikasi terbukti mampu menentukan faktor-faktor yang mendorong keputusan pembelian pada

Online Travel Agent (OTA) khususnya pada Generasi Z, beberapa studi lainnya juga menunjukkan efektivitas UTAUT dalam konteks yang berbeda. Misalnya, penelitian oleh Min dan Lee [8] menunjukkan bahwa UTAUT berkontribusi dalam membentuk kepuasan dan kepercayaan pengguna terhadap agen perjalanan daring di Korea, yang pada akhirnya mempengaruhi niat perilaku pengguna dalam menggunakan layanan tersebut. Selanjutnya, Chen et al. [9] juga memperluas model UTAUT dalam konteks *fresh e-commerce* di Tiongkok dengan mengidentifikasi bahwa ekspektasi kinerja dan pengaruh sosial memiliki pengaruh positif terhadap niat beli, sementara kepercayaan bertindak sebagai mediator yang signifikan. Penelitian-penelitian tersebut telah membuktikan keandalan model UTAUT dalam menganalisis penerimaan teknologi di bidang serupa. Oleh karena itu, penggunaan model UTAUT dalam skripsi ini yang berfokus pada DAMRI Apps, sangat tepat karena relevansi teoritisnya sudah teruji.

Selain faktor-faktor yang ada dalam model UTAUT, faktor kepercayaan atau *trust* sering kali menjadi aspek tambahan yang tidak dapat diabaikan dalam konteks transaksi *online*. Dalam transaksi *online*, kepercayaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumen [10]. Kepercayaan merupakan elemen kunci dalam penerimaan teknologi, terutama dalam aplikasi yang melibatkan data pribadi dan transaksi finansial. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kepercayaan memainkan peran penting dalam menentukan niat pengguna untuk menggunakan teknologi baru. Misalnya, penelitian yang dilakukan oleh Octaviani et al. [7] yang menunjukkan *trust* secara signifikan memengaruhi *purchase decision* pada *Online Travel Agency* (OTA) di Indonesia. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Amofah dan Chai [11] juga menemukan bahwa *trust* secara signifikan memediasi variabel UTAUT dan *e-commerce adoption*, sehingga meningkatkan kemungkinan pengguna untuk terus menggunakan *e-commerce* seiring dengan meningkatnya kepercayaan mereka terhadap aplikasi tersebut. Kepercayaan terhadap keamanan data dan keandalan informasi menjadi faktor penentu dalam menciptakan pengalaman pengguna yang positif. Oleh karena itu, menambahkan variabel *trust* dalam model UTAUT dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif terhadap penerimaan teknologi.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis akan membahas tentang faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan DAMRI Apps dengan menerapkan model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) dengan judul skripsi

“Evaluasi Penerimaan Pengguna Generasi Z terhadap DAMRI Apps Menggunakan Model UTAUT”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dipaparkan, maka rumusan masalah pada skripsi ini adalah bagaimana hasil evaluasi penerimaan pengguna Generasi Z terhadap DAMRI Apps berdasarkan model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) yang telah dimodifikasi ?

1.3 Batasan Masalah

Adapun batasan-batasan masalah pada penelitian ini, yaitu:

1. Responden merupakan pengguna DAMRI Apps dari kalangan Generasi Z yang pernah melakukan transaksi setidaknya satu kali.
2. Variabel-variabel yang digunakan adalah variabel yang berkaitan dengan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) yaitu *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Facilitating Conditions*, dengan variabel tambahan yaitu *Trust*, serta *Purchase Decision*, *User Satisfaction*, dan *Repurchase Intention*.

1.4 Tujuan

Tujuan dari skripsi ini adalah untuk mengevaluasi penerimaan pengguna Generasi Z terhadap DAMRI Apps menggunakan model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT).

1.5 Manfaat

Manfaat yang dapat diperoleh dari skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Hasil penelitian dapat menjadi panduan bagi pengembang DAMRI Apps dalam memperbaiki fitur, meningkatkan performa, dan memastikan aplikasi lebih mudah digunakan, sehingga mampu memenuhi kebutuhan pengguna.
2. Hasil penelitian dapat digunakan sebagai rujukan bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian di bidang serupa.

Halaman ini sengaja dikosongkan