

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kondisi kemacetan melatarbelakangi lahirnya modal transportasi umum menggunakan sepeda motor yang dapat diakses secara *online*, yang dikenal dengan istilah ojek *online*. Layanan ojek *online* ini didukung dengan *software* aplikasi berbasis android, yang dapat menghubungkan *driver* ojek dengan *customer* yang membutuhkan jasa ojek. Aplikasi ini memberi kemudahan bagi pengguna jasa ojek untuk mendapatkan layanan transportasi umum yang cepat dengan biaya yang terjangkau. Dengan menggunakan aplikasi ini, para pengguna ojek tidak perlu lagi mencari ojek ke pangkalan ojek. Pelanggan bisa mendapatkan layanan ojek sesuai dengan kebutuhannya, dengan mengakses aplikasi ojek *online* melalui *smartphone*. Kemudian *driver* yang menerima pesanan akan menjemput pengguna jasa tersebut ke lokasi yang telah ditentukannya pada saat memesan layanan (Putri dan Mahendra, 2017).

Go-jek merupakan salah satu perusahaan *start-up* dibidang *e-commerce* yang sukses meraih simpati konsumen. Dalam waktu kurang dari satu tahun Go-jek berhasil meraih dua juta pengguna aplikasi sedangkan Go-jek memproyeksikan hanya menargetkan 500 ribu pengguna. Go-jek adalah perusahaan berjiwa sosial yang memimpin revolusi industri transportasi ojek. Go-jek menjadi solusi utama dalam pengiriman barang, pesan antar makanan, berbelanja dan berpergian di tengah kemacetan (Kurniawan dkk., 2015).

Dijelaskan dalam Putri dan Mahendra (2017), berdasarkan data yang dirilis melalui *website* resminya hingga tahun 2016 ini PT Go-jek Indonesia telah bermitra dengan sekitar 200.000 *driver* ojek yang tersebar di sepuluh kota besar di Indonesia, di antaranya Jakarta, Bandung, Bali, Surabaya, Makassar, Yogyakarta, Medan, Semarang, Palembang, dan Balikpapan. Sejak tahun 2015, bisnis ojek *online* mulai ramai dengan munculnya para pesaing, seperti GrabBike, Uber Motor, dan banyak penyedia jasa ojek *online* lainnya. Meningkatnya persaingan, membuat Go-jek Indonesia harus terus meningkatkan keunggulannya. Di antaranya yaitu dengan meningkatkan kualitas *software* aplikasi Go-jek, yang menjadi pintu masuk bagi pengguna untuk mendapatkan layanan yang disediakan. Apabila pengguna menemukan banyak kesulitan dan kerumitan dalam mengakses dan menggunakan aplikasi, maka pengguna dengan mudah akan beralih untuk menggunakan aplikasi yang disediakan oleh pesaing yang lebih sesuai dengan harapannya.

Kurniawan dkk. (2015) juga menjelaskan bahwa dengan menggunakan aplikasi Go-jek, dapat memesan Go-jek *driver* untuk mengakses semua layanan Go-jek dengan cara berikut.

1. Unduh aplikasi Go-jek di Apple Store dan Google Play.
2. Masukkan alamat untuk mengetahui biaya penggunaan layanan.
3. Gunakan layanan *use my location* untuk mengarahkan *driver* ke tempat konsumen.
4. Setelah mengkonfirmasi pesanan, teknologi *location-based* Go-jek akan mencari *driver* yang posisinya paling dekat dengan konsumen.

5. Setelah seorang *driver* ditugaskan, konsumen dapat melihat foto *driver*, mengirimkan sms dan juga meneleponnya.
6. Lakukan pemesanan dengan cepat, memantau *driver* secara langsung dan membayar dengan Go-jek *credit* disebut dengan Go-pay.
7. Di akhir layanan, konsumen dapat secara otomatis memberikan *rating* kepada *driver*. Go-jek menangani *customer service* dengan sangat serius, maka dari itu diharapkan agar konsumen memberikan *rating* yang adil dan sejujur-jujurnya. Konsumen dapat meninggalkan pesan yang lebih detil di format isian *comment*.

Salah satu cara yang dapat dilakukan perusahaan untuk terus meningkatkan kualitas aplikasi adalah dengan melakukan evaluasi terhadap aplikasi yang digunakan. Evaluasi ini penting untuk mengetahui tingkat penerimaan pengguna terhadap aplikasi yang digunakan, serta sekaligus untuk mengetahui apa saja faktor-faktor yang mendorong pengguna untuk menerima dan menggunakan aplikasi tersebut. Berdasarkan hasil dari proses evaluasi tersebut, manajemen perusahaan dapat secara proaktif merancang intervensi yang diperlukan (Putri dan Mahendra, 2017).

Banyak model penerimaan teknologi informasi yang dikembangkan oleh para peneliti. Salah satu model untuk mengetahui faktor-faktor penerimaan teknologi adalah *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT). UTAUT menunjukkan bahwa minat untuk berperilaku (*behavioral intention*) dipengaruhi oleh persepsi orang terhadap ekspektansi kinerja (*performance expectancy*), ekspektansi usaha (*effort expectancy*) dan pengaruh sosial (*social*

influence). Lalu, perilaku untuk menggunakan suatu teknologi (*use behavior*) dipengaruhi oleh persepsi terhadap minat untuk berperilaku (*behavioral intention*) dan kondisi yang memfasilitasi (*facilitating conditions*) (Venkatesh *et al.*, 2003 dalam Sancaka dan Subagio, 2014)

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian Putri dan Mahendra (2017) yang meneliti tentang analisa faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan dan penggunaan aplikasi Go-jek menggunakan *Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology* (UTAUT). Berdasarkan uraian di atas, maka penelitian ini berjudul **“Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan Dan Penggunaan Aplikasi Go-Jek di Semarang Menggunakan *Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology* (UTAUT).”**

1.2. Perumusan Masalah

Perumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Apakah ekspektasi kinerja berpengaruh positif terhadap minat penggunaan aplikasi Go-jek?
2. Apakah ekspektasi usaha berpengaruh positif terhadap minat penggunaan aplikasi Go-jek?
3. Apakah pengaruh sosial berpengaruh positif terhadap minat penggunaan aplikasi Go-jek?
4. Apakah kondisi pemfasilitasi berpengaruh positif terhadap minat penggunaan aplikasi Go-jek?

1.3. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji pengaruh ekspektasi kinerja terhadap minat penggunaan aplikasi Go-jek.
2. Untuk menguji pengaruh ekspektasi usaha terhadap minat penggunaan aplikasi Go-jek.
3. Untuk menguji pengaruh pengaruh sosial terhadap minat penggunaan aplikasi Go-jek.
4. Untuk menguji pengaruh kondisi pemfasilitasi terhadap minat penggunaan aplikasi Go-jek.

Manfaat penelitian ini adalah:

1. Kontribusi teoritis

Memberikan masukan berkaitan dengan *Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology*.

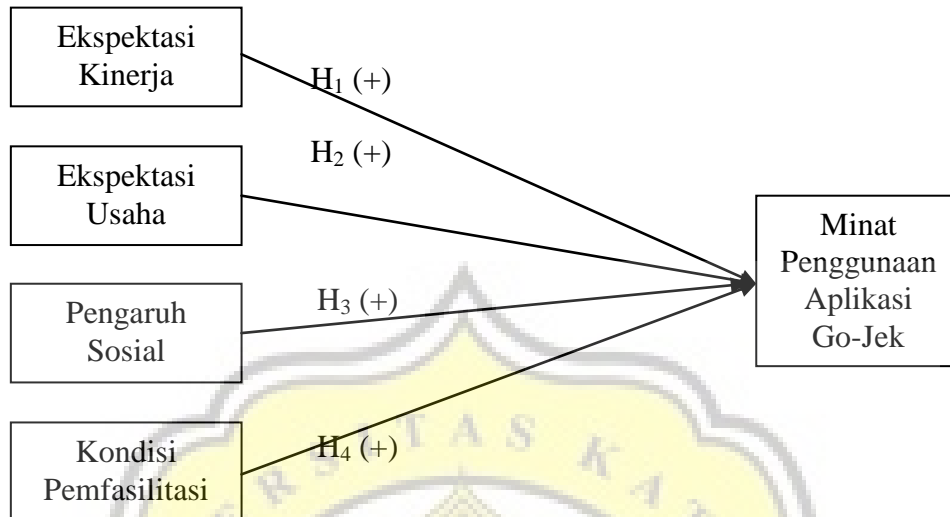
2. Kontribusi praktis

Memberikan masukan bagi PT Go-jek tentang faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan dan penggunaan aplikasi Go-jek di Semarang.

3. Kontribusi riset

Menjadi referensi bagi perkembangan penelitian serupa di masa mendatang.

1.4. Kerangka Pikir



Gambar 1.1 Kerangka Pikir

1.5. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dari penelitian ini adalah:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bagian pendahuluan berisi latar belakang, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kerangka pikir serta sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bagian landasan teori berisi tinjauan pustaka, pengembangan hipotesis yang akan menguraikan berbagai teori, konsep dan penelitian sebelumnya yang relevan sampai dengan penelitian terdahulu.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bagian metode penelitian berisi gambaran umum obyek penelitian, obyek dan lokasi penelitian, populasi dan sampel, sumber dan jenis data, teknik pengumpulan data, definisi operasional dan pengukuran variabel serta teknik analisa data.

BAB IV HASIL DAN ANALISIS

Pada bagian hasil dan analisis berisi analisa yang diperlukan untuk menjawab permasalahan yang diajukan.

BAB V PENUTUP

Pada bagian penutup berisi kesimpulan dan saran dari analisis yang telah dilakukan pada bagian sebelumnya.

