

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi dan informasi di Indonesia berkembang sangat pesat. Tidak dapat dipungkiri bahwa internet merupakan teknologi yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat, terlebih untuk masyarakat yang tinggal di daerah perkotaan. Jumlah pengguna internet di Indonesia di perkirakan tembus 175 juta pada akhir Januari 2019, atau sekitar 65,3% dari total penduduk 268 juta. Meluasnya penggunaan jaringan internet ditunjang dengan semakin banyaknya penggunaan *smartphone* dan selesainya proyek penyelenggaraan kabel *fiber optic* Palapa Ring yang digunakan untuk menyambung jaringan internet ke seluruh Indonesia (id.beritasatu.com). Angka tersebut meningkat 32 juta, atau 22,37 % dibandingkan survey terakhir yang dilakukan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2017 dimana survey tersebut mencatat pengguna layanan internet sebanyak 143 juta orang. Dijaman sekarang, penggunaan internet tidak terbatas hanya untuk berkomunikasi secara *online* tetapi dapat digunakan untuk berbisnis, membeli barang, berkreasi di dunia maya, bahkan dapat memesan transportasi online secara mudah dan cepat. Dengan timbulnya kebutuhan-kebutuhan konsumen yang semakin banyak, serta tidak sedikitnya masyarakat diperkotaan yang membutuhkan sarana transportasi untuk menuju satu tempat ke tempat yang lain secara mudah dan praktis, maka hal ini dapat menjadi peluang bisnis untuk membuka layanan transportasi online yang merupakan salah satu bagian dari *E-Commerce*. *E-Commerce* merupakan

penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa melalui sistem elektronik maupun aplikasi (David Baum,1999)

Ada banyak jenis *e-commerce* yang berkembang di Indonesia. Salah satunya adalah Transportasi online, dimana transportasi online ini merupakan jenis *e-commerce* yang sedang berkembang di Indonesia. Transportasi online adalah transportasi informal atau yang lebih dikenal dengan istilah paratransit. Dimana pelayanan yang disediakan oleh operator dapat digunakan oleh semua orang yang memiliki kebutuhan untuk menggunakan jasa transportasi dengan memesan layanan melalui aplikasi. Setelah berhasil memesan, maka akan muncul notifikasi dari sistem aplikasi *e-commerce* tersebut, dan driver akan mengkonfirmasi alamat tujuan dan penjemputan kepada pengguna layanan jasa.

Terdapat dua layanan transportasi online besar di Indonesia yaitu Go-jek dan Grab. kedua layanan transportasi ini dapat diakses melalui aplikasi *mobile* berbasis android dan IOS yang tersedia dan dapat di instal melalui *playstore* dan *appstore*.

Berdasarkan data dari ([www.katadata.co.id](http://www.katadata.co.id)) melalui survei yang dilakukan oleh DailySocial.Id, Go-jek merupakan transportasi online yang paling sering digunakan masyarakat dibanding dengan Grab. Hal itu ditunjukkan dengan hasil survei responden sebanyak 85,22%. Sedangkan hasil survei responden yang menggunakan Grab hanya sekitar 66,24%. Survei ini terhitung dari responden yang pernah menggunakan layanan transportasi online tersebut. Berikut merupakan perbedaan Go-jek dan Grab :

**Tabel 1**

**Perbedaan Go-jek dan Grab**

Nama Perusahaan	Go-Jek	Grab
Logo perusahaan		
Perusahaan	PT Aplikasi Karya Anak Bangsa	PT Grab Indonesia
Fasilitas	Go-Ride, Go-Car, Go-Send, Go-Food, Go-Box, Go-Tix, Go-Med, Go-Deals, Go-Food, Go-Bluebird, Go-Pulsa	GrabTaxi, GrabCar, GrabShare, GrabBike, GrabExpress, GrabFood, GrabRent

Sumber : ([www.gojek.com](http://www.gojek.com)) dan ([www.grab.com](http://www.grab.com))

Go-jek adalah perusahaan *e-commerce* yang didirikan oleh nadiem Makarim. Go-jek resmi didirikan pada tanggal 13 Oktober 2010 dan dikelola oleh PT. Aplikasi Karya Anak Bangsa. Go-Jek memiliki beberapa layanan jasa seperti layanan transportasi, layanan pemesanan makanan, layanan pengiriman paket, layanan laundry, layanan berbelanja, hingga layanan *massage* juga tersedia. Go-jek menerapkan sistem pemesanan layanan antara pemesan jasa dan penjual melalui fitur live chat dan Go-jek menyediakan pembayaran melalui Go-Pay dan secara tunai. Go-pay disini tidak hanya digunakan untuk membayar layanan jasa Go-jek, namun berfungsi sebagai dompet elektronik yang dapat digunakan untuk membayar di setiap tempat yang memiliki kerja sama dengan Go-pay. Jika menggunakan metode pembayaran melalui Go-pay, maka biaya yang harus dibayarkan akan otomatis di potong dari saldo Go-pay tersebut. Cara mengisi

saldo Go-pay juga sangat mudah, saldo Go-pay itu sendiri dapat diisi melalui ATM, Mobile Banking, dan Internet Banking, beberapa bank yang bekerjasama dengan Go-jek untuk memberikan fasilitas top up saldo Go-pay adalah bank BCA, Mandiri, BRI, BNI, dan Permata Bank. Go-jek juga sering mengadakan promo-promo. Misalkan cashback untuk penggunaan layanan Go-Food, atau diskon untuk penggunaan layanan transportasi.

Menurut Puskakom UI, pengguna Go-jek yang paling tinggi berada di usia 20 tahunan dengan presentase 56%, lalu di posisi kedua pada usia 30 tahunan sebesar 28%, dan pada usia kurang dari 20 tahun dan kalangan 40 tahunan sama-sama memiliki presentase 7%. Sementara dari jenis kelamin konsumen, pengguna Go-jek dengan jenis kelamin perempuan mendominasi dengan presentase 69% dan laki-laki 31%.

Berdasarkan data YLKI ada beberapa macam kekecewaan pengguna layanan jasa transportasi online, yaitu pengemudi meminta dibatalkan atau cancel (22,3%), sulit mendapatkan pengemudi (21,9%), dan pembatalan sepihak (16,22%), selanjutnya terdapat aplikasi map error (13,11%), plat nomor tidak sama dengan kendaraan yang dibawa (12,6%), pengemudi tidak datang (6,34%), kondisi kendaraan yang kurang baik (6,04%), disisi lain terdapat kondisi dimana pengemudi tidak jujur dengan konsumen (5,3%), pengemudi ugal-ugalan (4,97%), kendaraan bau asap rokok (4,61%), pengemudi merokok pada saat berkendara (0,75%).

Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PENGGUNAAN LAYANAN TRANSPORTASI ONLINE MELALUI APLIKASI MOBILE GO-JEK”**

## **1.2 Perumusan dan Batasan Masalah**

### **1.2.1 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

“Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan penggunaan layanan jasa transportasi online melalui aplikasi mobile Go-jek ?”

### **1.2.2 Batasan Masalah**

Agar penelitian ini terfokus pada permasalahan dan topik yang tidak meluas, maka perlu adanya pembatasan masalah. Pembatasan ini adalah :

- 1.) Studi kasus pada aplikasi *mobile* Go-jek
- 2.) Responden yang diteliti adalah orang yang berumur 15 – 30 tahun yang pernah melakukan pemesanan layanan transportasi online melalui aplikasi mobile Go-Jek di Kota Semarang.

## **1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### 1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan penjelasan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan penggunaan layanan transportasi online melalui aplikasi *mobile* Go-jek.

### 1.3.2 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini sebagai berikut :

#### 1.) Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat lebih mengetahui faktor-faktor apa sajakah yang berpengaruh terhadap keputusan penggunaan transportasi online sehingga bermanfaat bagi perusahaan Go-jek itu sendiri dalam mengelola bisnisnya dan dapat memberikan masukan yang berguna untuk memajukan perusahaan agar tidak kalah saing dengan perusahaan lain dan dapat mempertahankan keunggulan yang kompetitif serta dapat mengembangkan dan dapat memberikan kepercayaan dan kenyamanan pada konsumen.

#### 2.) Bagi Masyarakat

Hasil dalam penelitian ini diharapkan bisa memberikan pengetahuan tentang keputusan penggunaan transportasi online terutama melalui aplikasi *mobile* Go-jek dan memberikan

wawasan yang bersifat mendukung dan menginformasikan kepada konsumen faktor-faktor apa saja yang perlu dipertimbangkan ketika menggunakan layanan transportasi online.

