



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemacetan adalah masalah yang sering kali terjadi di daerah-daerah perkotaan yang ada di Indonesia. Seiring dengan berjalannya waktu kondisi kemacetan lalu lintas di perkotaan ini tidak kunjung membaik juga, banyak cara yang dilakukan masyarakat untuk mengantisipasi kemacetan ini, salah satunya adalah dengan menggunakan jasa kendaraan umum seperti bus, angkot, ojek, dan jasa transportasi online (Go-Jek, Grab, Uber, dan lain-lain) (Hala, 2017). Jasa transportasi *online* ini baru muncul di Indonesia sekitar 2 tahun lalu yang ditandai oleh masuknya Grab dan Uber ke Indonesia pada pertengahan tahun 2014, yang kemudian diikuti oleh Go-Jek dengan meluncurkan aplikasinya untuk *platform* Android dan IOS pada awal tahun 2015 (Cosseboom, 2015).

Sejak saat itu, jumlah pengguna dari jasa transportasi *online* tersebut terus meningkat setiap tahunnya (Pratama, 2016). Hal ini dapat terlihat dari jalanan yang telah dipenuhi oleh driver-driver dari Go-Jek, Grab, dan Uber yang hampir setiap saat akan kita jumpai melintasi jalanan. Selain itu faktor pendukung peningkatan dari penggunaan jasa transportasi *online* ini sendiri adalah meningkatnya jumlah pengguna internet di Indonesia seperti yang terlihat dari hasil survei data yang

dilakukan oleh (Asosiasi Penyelenggara Pengguna Internet, 2016) yang saat ini telah mencapai 132,7 Juta pada 2016 dari yang sebelumnya hanya 88,1 juta saja pada tahun 2014, hal ini berarti terjadi lonjakan pengguna internet sebesar 44,6 juta dalam kurun waktu 2 tahun saja.

Internet tentu saja berpengaruh terhadap fenomena perkembangan jasa transportasi online di Indonesia, karena kesuksesan dari jasa transportasi *online* ini sendiri terjadi pada masa perkembangan pengguna internet di Indonesia yang sangat pesat. Berada di waktu dan tempat yang tepat (Nadiem, 2015), hal itu yang dirasakan oleh pendiri dari Go-Jek karena sebetulnya perusahaan Go-Jek itu sendiri sebelumnya telah berdiri sejak akhir tahun 2010 namun baru pada tahun 2015 Go-Jek meluncurkan aplikasinya pada *platform* Android dan IOS dan baru dikenal luas oleh masyarakat (Cosseboom, 2015). Hal ini terjadi karena pada saat itu masyarakat Indonesia masih belum memiliki sarana dan prasarana yang memadahi untuk menggunakan jasa transportasi online dengan aplikasi *mobile*.

Pada penelitian kali ini peneliti akan memilih salah satu dari jasa transportasi *online* yang ada, yaitu Go-Jek. Peneliti memilih Go-Jek karena menurut (Robin, 2016) Go-Jek adalah aplikasi transportasi berbasis online yang paling banyak digunakan di Indonesia, yaitu sebesar 21,6%, dan diikuti oleh Grab dengan jumlah 6,4%. Selain itu peneliti memilih Go-Jek juga dikarenakan oleh fiturnya yang lebih banyak dibandingkan dengan pesaingnya seperti adanya fitur Go-Box, Go-Mart, Go-Send, Go-Tix, Go-Med, dan Go-Auto yang tidak dimiliki oleh pesaingnya.

Go-Jek memang terlihat sebagai solusi dari berbagai masalah yang dihadapi oleh masyarakat Indonesia salah satunya adalah masalah kemacetan, selain itu bagi orang-orang yang merantau keluar kota, terkadang tidak memiliki kendaraan sendiri dan harus menggunakan jasa kendaraan umum untuk dapat pergi ke tempat tujuan, dengan adanya Go-Jek melalui fitur Go-Ride dan Go-Carnya orang perantau tersebut merasa terbantu, dengan tarifnya yang lebih murah dibandingkan dengan kendaraan umum seperti ojek pangkalan dan *taxi*, serta kemudahan untuk melakukan pemesanannya di mana saja dan kapan saja hanya dengan menggunakan smartphone yang memiliki koneksi internet dan GPS. Lalu dengan berbagai fitur lainnya yang juga sangat berguna seperti Go-Send yang dapat mengirimkan barang ke tujuan hanya dalam waktu beberapa jam saja, lalu ada Go-Food yang dapat melakukan *delivery* makanan kepada para pengguna aplikasi Go-Jek, dan masih banyak fitur lainnya dari Go-Jek ini yang sangat membantu masyarakat dalam kegiatan sehari-harinya.

Kemacetan akan dapat dikurangi dengan adanya jasa transportasi *online* ini, Namun, sebegus apapun aplikasi dari jasa transportasi *online* ini dibuat, tidak akan berguna jika para individu yang menjadi target pemakaiannya tidak dapat menerima aplikasi tersebut. Oleh sebab itu, dalam mendesain sebuah aplikasi sudah seharusnya dipikirkan bagaimana nantinya agar individu tersebut dapat menerima aplikasi yang telah dibuat. Tingkat penerimaan individu adalah yang menjadi tolak ukur apakah sebuah aplikasi dinyatakan telah berhasil diterima atau tidak dan dapat bermanfaat bagi

masyarakat. Atas dasar itu, peneliti akan menganalisis tingkat penerimaan aplikasi jasa transportasi online Go-Jek.

Pada penelitian kali ini, peneliti menggunakan metode TAM atau *Technology Acceptance Model* karena dengan TAM kita dapat mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi individu dalam menggunakan sebuah teknologi. Faktor yang digunakan peneliti adalah Persepsi Penggunaan terhadap Kemudahan dalam Menggunakan Teknologi (*Perceived Ease of Use*), Persepsi Pengguna terhadap Kemanfaatan/Kegunaan Teknologi (*Perceived Usefulness*), Kepercayaan (*Trust*), Sikap Pengguna terhadap Penggunaan Teknologi (*Attitude Toward Using*), Kecenderungan Perilaku (*Behavioral Intention*), dan Pemakaian Aktual (*Actual Usage*).

1.2 Rumusan Masalah

Dari permasalahan yang telah dijelaskan pada latar belakang masalah maka rumusan masalah yang akan dibahas pada penelitian kali ini adalah faktor TAM apa saja yang mempengaruhi individu dalam menggunakan aplikasi jasa transportasi online Go-Jek.

1.3 Batasan Masalah

Dengan adanya keterbatasan waktu dalam pengerjaan penelitian ini, maka peneliti memberikan batasan-batasan dalam melakukan penelitian ini.

1. Objek penelitian yang digunakan dalam aplikasi jasa transportasi *online* hanya Go-Jek JABODETABEK saja.
2. Usia responden berkisar antara 15 – 30 tahun (Generasi Y).
3. Fokus penelitian dalam aplikasi Go-Jek hanya pada layanan Go-Ride, Go-Car, dan Go-Pay.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan sebelumnya, tujuan dari penulisan penelitian kali ini adalah untuk menentukan faktor TAM apa saja yang mempengaruhi individu dalam menggunakan aplikasi jasa transportasi online Go-Jek.

UMMN