

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan zaman membuat teknologi ikut berkembang pesat dan mempengaruhi berbagai aspek dalam kehidupan manusia. Di era digitalisasi ini, manusia memanfaatkan teknologi untuk menyebarkan informasi dan berkomunikasi. Hadirnya teknologi membantu menyelesaikan berbagai masalah dan mempermudah kegiatan sehari-hari. Salah satu perkembangan teknologi yang dapat kita lihat yaitu perkembangan internet. Internet adalah sebuah jaringan komputer yang menghubungkan berbagai perangkat di seluruh dunia (Ardyanto, 2021). Internet digunakan oleh banyak orang untuk menunjang aktivitas sehari-hari, baik untuk berkomunikasi, menyebarkan informasi, bisnis, dan sebagainya (Pasha, 2019).

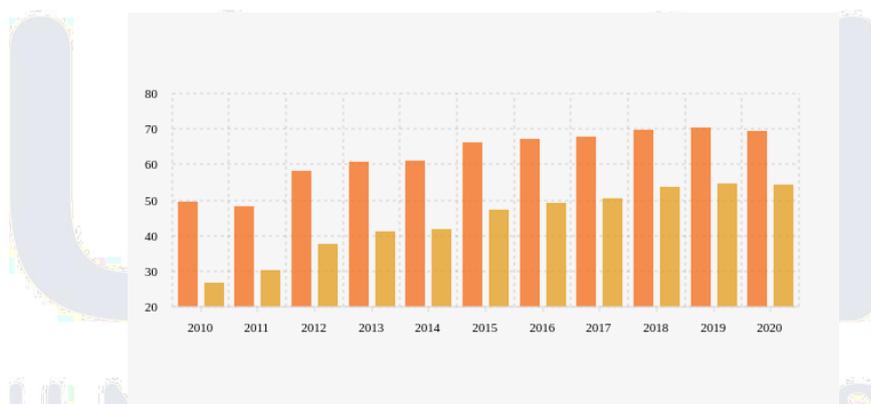


Sumber : We Are Social & HootSuite (2021)

Gambar 1. 1 Pengguna Internet di Indonesia

Berdasarkan gambar 1.1, pengguna internet di Indonesia mencapai 73.3% atau sebesar 202.6 juta jiwa dari total populasi 274.9 juta jiwa (We Are Social & Hootsuite, 2021). Data tersebut menunjukkan sebagian besar masyarakat Indonesia telah menggunakan internet. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menyatakan bahwa secara umum pengguna internet di seluruh dunia mengalami kenaikan terus menerus (Slamet, 2021). Perkembangan teknologi dan besarnya pengguna internet ini menjadi potensi besar bagi suatu perusahaan / bisnis untuk berkembang dan sukses di pasar online.

Seiring dengan perkembangan internet yang diakses melalui Telepon seluler tentu saja pengguna Telepon seluler di Indonesia juga bertumbuh dengan pesat. Lembaga riset digital marketing Emarketer memperkirakan pada 2018 jumlah pengguna aktif smartphone di Indonesia lebih dari 100 juta orang. Dengan jumlah sebesar itu, Indonesia akan menjadi negara dengan pengguna aktif smartphone terbesar ke-4 di dunia setelah Cina, India, dan Amerika (kominfo.go.id 2015).



Gambar 1.2 Jumlah Pengguna Smartphone di Indonesia (dalam juta)

Sumber: Emarketer.com

Teknologi informasi memberi pengaruh yang cukup besar terhadap perekonomian suatu negara, karena dengan kemajuan teknologi informasi akan meningkatkan kemampuan produktivitas. Hal tersebut dapat dilihat dengan hadirnya berbagai aplikasi mobile di Indonesia baik produk lokal maupun asing dan setiap tahunnya menunjukkan suatu pertumbuhan yang signifikan. Aplikasi adalah salah satu perangkat di internet yang seringkali dimanfaatkan dalam aktivitas komunikasi pemasaran maupun pembangunan merek secara online (Chan et al. 2017). Perkembangan teknologi internet yang pesat cukup memberikan perubahan sosial terhadap masyarakat. Banyak bisnis mulai bermunculan dengan memanfaatkan perkembangan teknologi informasi tersebut, salah satunya adalah kemunculan bisnis penyedia layanan jasa berbasis aplikasi.

Hadirnya transportasi berbasis online ternyata cukup memberikan solusi dan menjawab berbagai kekhawatiran masyarakat tentang keamanan dalam menggunakan layanan transportasi umum. Kemacetan ibukota dan ketakutan masyarakat tentang keamanan transportasi umum dijawab dengan kehadiran aplikasi transportasi online yang memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi penggunaannya. Saat ini pertumbuhan ekonomi berbasis digital di Indonesia mulai terlihat menjanjikan, berbagai perusahaan yang bergerak dalam industri digital mulai bermunculan dan turut serta dalam pergerakan perekonomian Indonesia. Salah satu bisnis berbasis digital yang sedang ramai diperbincangkan yaitu bisnis digital dibidang pelayanan jasa transportasi. Go-jek, Grab, Uber merupakan beberapa penyedia jasa dari sekian banyak bisnis berbasis digital yang saat ini meramaikan dunia bisnis Indonesia. Pada akhir tahun 2014, bisnis transportasi

online memang sudah dikenal, namun hampir tidak ada tanda-tanda yang menunjukkan bila layanan transportasi online akan menjadi layanan yang besar. Setahun berselang, berkat kehadiran aplikasi Go-jek pada bulan Januari dan layanan GrabBike empat bulan kemudian, ojek online langsung menjadi salah satu bisnis startup yang paling populer di Indonesia (id.techinasia.com, 2015). Bisnis transportasi online yang saat ini sudah sangat dikenal dikalangan masyarakat yaitu Grab dan Go-Jek. Kedua perusahaan transportasi berbasis aplikasi ini terbukti memberikan perubahan yang signifikan terutama bagi kehidupan sosial masyarakat. Melihat suksesnya bisnis layanan jasa, banyak perusahaan yang menawarkan variasi layanan jasa yang sama seperti Blu-Jek, TopJek, LadyJek, dan Jeger Taksi sehingga menimbulkan persaingan.

InDriver sendiri bukanlah perusahaan Indonesia, melainkan perusahaan Rusia. InDriver dimulai di Yakutsk, Siberia. Pada 2012, suhu dingin -45° lebih dari dua kali lipat harga taksi. Untuk menghindari tingginya angka tersebut, beberapa warga dan mahasiswa berinisiatif membentuk kelompok pengemudi mandiri di jejaring sosial. Dalam enam bulan, grup tersebut memiliki lebih dari 60.000 pengikut dan terus berkembang pesat. Hingga akhirnya InDriver didirikan, yang saat ini hadir di lebih dari 450 kota di 32 negara.

Berdasarkan situs www.Nawacita.co.id Aplikasi InDriver masuk dalam kategori Top 10 Ride-Sharing Applications (diakses 16 Februari 2023), melambangkan bahwa aplikasi InDriver telah mendapatkan penerimaan luas di seluruh dunia. Karena sistem aplikasi InDriver masih terbilang baru di Indonesia, maka perlu dilakukan analisis dan pengujian terhadap penerimaan sistem aplikasi

oleh penggunanya. Apa kelebihan sistem aplikasi InDriver dibanding pendahulunya seperti Uber, Grab, dan Gojek yang juga menawarkan layanan ride-sharing secara online? Salah satu fitur InDriver yang paling signifikan adalah fleksibilitas harga, di mana konsumen adalah pengambil keputusan akhir atas layanan yang dipilih (Hendrawan et al, 2020).

Berdasarkan latar belakang dan fenomena di atas, maka penulis tertarik untuk membahasnya dalam skripsi dengan judul ***“Persepsi Konsumen Terhadap Faktor yang mempengaruhi Niat Menggunakan Aplikasi Pengantaran dan Transportasi : Studi Pada Aplikasi InDriver”***

1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan fenomena latar belakang masalah yang suda di jalbarkan oleh peneliti di atas, maka dapat di bentuk sebuah rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah *Perceived Convenience* memiliki pengaruh positif terhadap *Intention to use the InDriver Application* ?
2. Apakah *Facilitating Conditions* memiliki pengaruh positif terhadap *Intention to use the InDriver Application* ?
3. Apakah *Social Influence* memiliki pengaruh positif terhadap *Intention to use the InDriver Application* ?
4. Apakah *Price Value* memiliki pengaruh positif terhadap *Intention to use the InDriver Application* ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh dari *Perceived Convenience* terhadap *Intention to use the InDriver Application*.
2. Untuk menganalisis pengaruh dari *Facilitating Conditions* terhadap *Intention to use InDriver Application*.
3. Untuk menganalisis pengaruh dari *Social Influence* terhadap *Intention to use the Indriver Application*.
4. Untuk menganalisis pengaruh dari *Price Value* terhadap *Intention to use the Indriver Application*.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi dalam meningkatkan kinerja aplikasi InDriver dan juga dapat dijadikan bahan masukan untuk pengembangan dari aplikasi InDriver
2. Penelitian ini bermanfaat untuk menambah pengetahuan dan pengalaman berharga dalam menerapkan teori-teori yang didapat di bangku kuliah dan sebagai awal informasi penelitian lanjutan.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

3. Sebagai bahan pertimbangan aplikasi anterin untuk menentukan strategi dalam meningkatkan kinerja dari aplikasi dan mengetahui faktor yang paling mempengaruhi kepuasan pengguna aplikasi InDriver.

1.5 Batasan Penelitian

Agar penelitian spesifik dan fokus serta untuk membatasi permasalahan yang diteliti, penulis membuat batasan variabel yang diteliti yaitu sebagai berikut:

1. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang mengetahui InDriver tetapi belum pernah mengoperasikan Aplikasi InDriver.
2. Karakteristik demografi responden yang digunakan pada penelitian ini terdiri dari:
 - a. Jenis kelamin, yang terdiri dari laki-laki dan perempuan.
 - b. Usia, yang terdiri dari 17-21 tahun, 22-26 tahun, 27-31 tahun, 32-36 tahun, 37-42 tahun, 43-48 tahun, > 48 tahun.
 - c. Domisili, yang terdiri dari Jabodetabek, dan lainnya
 - d. Kewarganegaraan, yang terdiri dari WNI (Warga Negara Indonesia).
 - e. Pekerjaan, yang terdiri dari Pelajar/Mahasiswa, Karyawan, Wirausaha, Freelance, atau Ibu Rumah Tangga.
3. Menggunakan aplikasi in Driver minimal 2 kali dalam 1 bulan terakhir.

1.6 Sistematika Penulisan

Dalam penelitian ini akan menggunakan sistematika penulisan yang terdiri dari lima bab. Sistematika ini dimaksudkan untuk memberikan gambaran singkat dari keseluruhan penulisan. Penyusunan tersebut adalah sebagai berikut:

BABI Pendahuluan

Dalam bab ini diuraikan tentang latar belakang, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BABII Landasan Teori

Bab ini berisikan tinjauan pustaka dan teori-teori yang relevan dengan penelitian ini, kerangka penelitian serta hipotesis.

BABIII Metodologi Penelitian

Bab ini membahas tentang metodologi yang dilakukan oleh peneliti dalam penelitian ini, meliputi: bentuk, tempat dan waktu penelitian; populasi dan sampel; metode pengumpulan data; metode pengukuran data; pengujian instrumen penelitian dan metode analisis yang digunakan.

BABIV Analisis dan Pembahasan

Bab ini berisi tentang penjelasan penelitian, pengujian instrumen, analisis data dan pengujian hipotesis serta pembahasan hasil dari analisis yang digunakan.

BABV Kesimpulan dan Saran

Bab ini merupakan bab penutup dan berisikan kesimpulan dari penelitian yang dilakukan dan saran-saran yang diharapkan dapat berguna bagi pihak-pihak yang berkepentingan.