

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi semakin meningkat seiring dengan perkembangan zaman. Hampir seluruh lapisan masyarakat yang melaksanakan usaha dan bisnisnya memanfaatkan dan menggunakan teknologi untuk memperoleh, mengolah dan menyampaikan informasi kepada pihak yang berkepentingan (Wulandari dan Yadnyana, 2016).

Perkembangan tersebut dimanfaatkan oleh semua sektor kegiatan bisnis untuk merancang suatu TI yang handal, berkualitas, dan mudah digunakan. Hal tersebut harus dilakukan untuk memenuhi kebutuhan informasi pada sektor kegiatan bisnis yang sangat membutuhkan informasi yang dapat diakses dengan cepat, tepat waktu, relevan, dan akurat (Nia Auliya, 2018).

Perkembangan teknologi komunikasi yang cukup pesat memberikan perubahan sosial masyarakat. Banyak bisnis mulai bermunculan dengan memanfaatkan perkembangan teknologi komunikasi tersebut, salah satunya adalah kemunculan bisnis penyedia layanan jasa transportasi Ojek *Online*. Adanya Ojek *Online* ternyata memberikan solusi dan menjawab berbagai kekhawatiran masyarakat akan layanan transportasi umum. Ojek *Online* ini menjawab kekhawatiran masyarakat dengan kelebihan aplikasi berbasis data, dimana masyarakat bisa mengetahui identitas *drivernya*. Dengan kelebihan ini, masyarakat bisa mengetahui siapa yang akan menjadi *driver* ojek pesanannya, lengkap dengan data diri *driver* bersangkutan. Dalam aplikasinya, Ojek *Online* ini sangat mengedepankan faktor keamanan si pengguna. Biasanya di dalam aplikasi sudah tersedia informasi lengkap tentang pengendara seperti nama, kontak, dan foto pengendara. Kemudian layanan Ojek *Online* ini hanya bisa didapatkan melalui pemesanan via aplikasi GO-JEK, sehingga

pelanggan dapat memastikan keamanan dan akuntabilitasnya (Anindhita, 2016).

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. Dalam perkembangannya, selain memberikan layanan transportasi (jemput- antar), layanan ojek *online* juga memberikan layanan lain, seperti pemesanan makanan, pengiriman barang, hingga menyediakan jasa pijat dan *cleaning service*, dan lain-lain. (Mahendra, dkk. 2017).

GO-JEK merupakan sebuah perusahaan teknologi berjiwa sosial yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan pekerja di berbagai sector informal di Indonesia. Perusahaan ini didirikan pada tahun 2010 di Jakarta oleh Nadiem Makarim. PT. GO-JEK Indonesia bermitra dengan sekitar 200.000 pengendara ojek yang berpengalaman dan terpercaya di Indonesia untuk menyediakan berbagai layanan, termasuk transportasi pesan antar makanan. Dari pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa PT. GO-JEK Indonesia membuka lapangan pekerjaan di berbagai sektor informal. Dengan kata lain GO-JEK adalah penghubung antara pengemudi ojek dengan pemesan yang membutuhkan layanan GO-JEK melalui aplikasi GO-JEK. Secara tidak langsung ada hubungan hukum satu sama lain antara PT. GO-JEK Indonesia, pengemudi dan pengguna jasa.

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. 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.

Penelitian ini menggunakan model penelitian UTAUT yaitu menjelaskan perilaku pengguna terhadap teknologi informasi (Handayani dan Sudiana, 2015). Studi empiris yang mengadopsi model ini telah banyak dilakukan, dan mendapatkan temuan yang beragam. UTAUT merupakan teori yang berpengaruh dan banyak diadopsi untuk melakukan penelitian penerimaan pengguna (*user acceptance*) terhadap suatu teknologi informasi (Jati, 2012).

Perkembangan teknologi yang semakin pesat, menjadi salah satu alasan diperlukannya pengembangan baru dari model UTAUT. Model UTAUT yang pada awalnya dikembangkan untuk menjelaskan penerimaan dan penggunaan teknologi, akan dikembangkan untuk konteks lain, seperti *consumer technologies* yang mana telah banyak industri yang mengembangkan aplikasi dan layanan dari teknologi yang menargetkan konsumen Venkatesh *et. al* (dalam Nia 2018).

Hasil dari pengembangan model UTAUT ini dinamakan model UTAUT2. Tujuan dari model UTAUT2 adalah mengidentifikasi tiga konstruk penting dari penelitian penggunaan dan penerimaan teknologi baik untuk umum maupun konsumen, merubah beberapa hubungan yang sudah ada pada konsep model UTAUT, dan mengenalkan hubungan baru Venkatesh *et al* (dalam Nia 2018). Tiga konstruk ditambahkan yaitu motivasi hedonis, nilai harga, dan kebiasaan, memperluas UTAUT ke UTAUT2 (Pertiwi dan Ariyanto, 2017).

Penemuan model UTAUT dalam penelitian Venkatesh, *et al* mendorong penulis untuk melakukan penelitian terhadap *user acceptance* dalam pemanfaatan teknologi informasi untuk mendukung kinerja seseorang. Penelitian yang dilakukan oleh Venkatesh, *et al* akan diteliti kembali oleh peneliti dengan perbedaan pada sampel penelitian. Venkatesh

menggunakan objek berbagai departemen pada industri komunikasi, hiburan, perbankan, dan administrasi publik di Amerika Serikat, sedangkan penelitian ini menggunakan objek penelitian terhadap minat dan perilaku pengguna sistem *online* dalam hal penggunaan aplikasi GO-JEK.

Hal ini berarti bahwa untuk menggunakan suatu sistem diperlukan adanya infrastruktur dan teknis yang memadai seperti *smartphone* berbasis android, pulsa data, dan jaringan internet. Saat ini, aplikasi GO-JEK sudah diunduh lebih dari 13 juta orang di berbagai daerah. Fitur yang ditawarkan GO-JEK memiliki berbagai macam, mulai dari pengiriman barang, pesan antar makanan, berbelanja, hingga berpergian. GO-JEK pun telah membawa perubahan di kancah transportasi. Kini, tak kurang dari 210 ribu orang pengemudi di seluruh Indonesia. GO-JEK telah meroda di jalanan sebagai sarana alternatif masyarakat di Kota Surakarta.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang minat menggunakan (*behavioral intention*) aplikasi GO-JEK yang akan dipengaruhi oleh faktor-faktor Ekspektasi Kerja, Ekspektasi Usaha dan Nilai Harga. Karena GO-JEK adalah sarana transportasi yang bisa dikatakan berbeda dari transportasi konvensional pada umumnya. Dengan demikian pada aplikasi GO-JEK terdapat nilai-nilai lebih yang dapat dimanfaatkan oleh masyarakat luas sehingga menjadi daya tarik tersendiri. Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis akan meneliti tentang faktor yang mendorong minat dan perilaku penggunaan aplikasi GO-JEK dengan menerapkan model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT2) dengan judul penelitian: **“ANALISIS PENERAPAN MODEL UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY 2 (UTAUT 2) TERHADAP MINAT DAN PERILAKU PENGGUNAAN APLIKASI GO-JEK DI KOTA SURAKARTA”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh Ekspektasi Kinerja terhadap Minat penggunaan Aplikasi GO-JEK?
2. Bagaimana pengaruh Ekspektasi Usaha terhadap Minat penggunaan Aplikasi GO-JEK?
3. Bagaimana pengaruh Nilai harga terhadap Minat penggunaan Aplikasi GO-JEK?
4. Bagaimana pengaruh Ekspektasi Kinerja, Ekspektasi Usaha dan Nilai Harga terhadap Minat penggunaan Aplikasi GO-JEK?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh Ekspektasi Kinerja terhadap Minat penggunaan Aplikasi GO-JEK.
2. Untuk mengetahui pengaruh Ekspektasi Usaha terhadap Minat penggunaan Aplikasi GO-JEK.
3. Untuk mengetahui pengaruh Nilai harga terhadap Minat penggunaan Aplikasi GO-JEK.
4. Untuk mengetahui pengaruh Ekspektasi Kinerja, Ekspektasi Usaha dan Nilai Harga terhadap Minat penggunaan Aplikasi GO-JEK.

1.3.2 Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan bagi beberapa pihak berikut:

- a. Bagi Penulis
 - 1) Penelitian ini merupakan pengalaman yang nyata bagi penulis, sehingga penulis dapat membandingkan teori yang telah di peroleh selama di bangku kuliah dengan keadaan yang sebenarnya.

- 2) Memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Transportasi di Universitas Maritim AMNI Semarang.
 - 3) Hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman tentang pengembangan suatu teknologi informasi baik itu yang terdapat pada perusahaan maupun pada organisasi, dengan analisis menggunakan Model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT 2).
- b. Bagi Universitas Maritim AMNI Semarang

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan informasi tambahan yang berkaitan dengan skripsi dan juga sebagai bahan referensi mahasiswa yang nantinya akan membuat skripsi. Menambah ilmu pengetahuan mahasiswa tentang dunia transportasi.
 - c. Bagi Instansi

Penelitian ini di harapkan dapat memberi informasi yang bermanfaat sebagai bahan evaluasi terhadap penggunaan teknologi yang dapat dikembangkan oleh GO-JEK dan pemerintah di Kota Surakarta.
 - d. Bagi Pembaca

Sebagai referensi penelitian lebih lanjut dan diharapkan dapat menambah pengetahuan bagi mahasiswa Universitas Maritim AMNI Semarang.

1.4 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan merupakan penjelasan tentang isi dari masing-masing bab yang disajikan secara singkat dan jelas dari keseluruhan bagian proposal skripsi ini. Skripsi ini akan disajikan dalam tiga bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB 1 : PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang, perumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB 2 : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi landasan teoritik yang menjadi dasar dari penelitian yang dilakukan dan tinjauan kembali terhadap penelitian terdahulu yang sejenis serta merumuskan hipotesis penelitian yang kemudian diuraikan dalam kerangka pemikiran.

BAB 3 : METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian berisikan tentang variabel penelitian dan devinisi operasional, penentuan populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, metode analisis.

BAB 4 : PEMBAHASAN DAN HASIL

Menguraikan tentang deskripsi objek penelitian serta analisis data dan pembahasannya, dan implikasi manajerial.

BAB 5 : PENUTUP

Bab ini berisi Kesimpulan dan Saran yang diperoleh dari hasil analisis data, saran dapat diberikan kepada perusahaan yang terkait atau untuk koreksi terhadap studi selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA**LAMPIRAN**