

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan globalisasi pada era ini, menjadikan seluruh sektor kegiatan sudah tidak dapat lepas dari penggunaan teknologi informasi (*IT/Technology and Information*). Hampir seluruh kegiatan menggunakan teknologi dan informasi, baik langsung maupun tidak langsung. Teknologi informasi merupakan suatu teknologi yang digunakan untuk mengolah data, termasuk memproses, mendapatkan, menyusun, menyimpan, dan memanipulasi data dengan berbagai cara untuk membuat atau menghasilkan informasi yang berkualitas. Dengan kata lain, teknologi informasi adalah suatu teknologi untuk menghasilkan sebuah informasi yang relevan, strategis, akurat dan tepat waktu, untuk berbagai kepentingan seperti keperluan pribadi, pemerintahan, dan bisnis. Kemajuan perkembangan teknologi dan informasi mendorong masyarakat hidup penuh digitalisasi, dan diiringi dengan digitalisasi dalam bidang bisnis seperti munculnya *e-commerce*, *e-government*, *e-learning*, televisi *online*, serta transportasi *online*. (Rappler, 2018).

Perkembangan teknologi dan informasi ini dibuktikan dengan penggunaan internet yang meningkat dari tahun ke tahun. Di dunia, Indonesia masuk kedalam 10 negara dengan pengguna internet terbesar di dunia. Peningkatan yang signifikan terjadi dari tahun 2013 hingga tahun 2018 menjadikan Indonesia menjadi peringkat ke 6 dibawah negara Jepang. Data yang dikumpulkan pada tahun 2016 mencatat bahwa pengguna internet di Indonesia mencapai angka 50%

dari keseluruhan jumlah penduduk Indonesia. Faktanya dari 250 juta penduduk Indonesia, 150 juta diantaranya merupakan pengguna internet. (Puskakom, APJII 2014-2016).

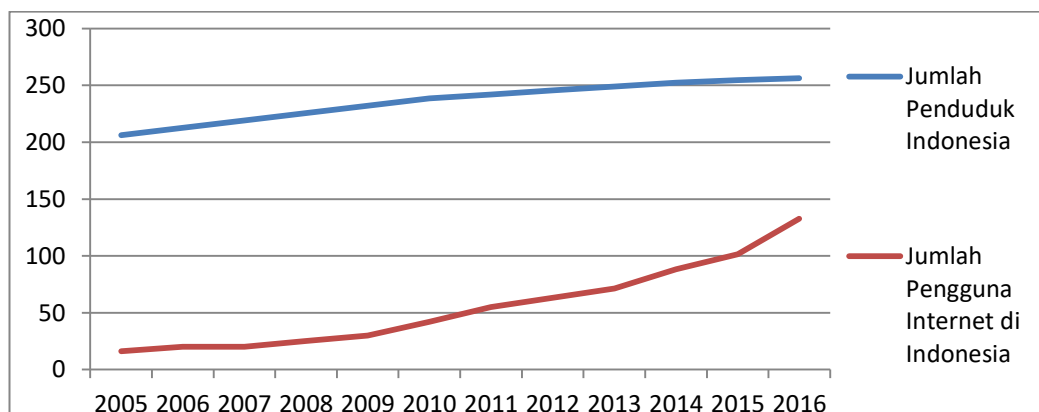
Tabel 1. 1 10 Negara Pengguna Internet Terbesar di Dunia

No	Negara	Tahun					
		2013	2014	2015	2016	2017	2018
1	China	620.8	643.6	669.8	700.1	736.2	777.0
2	USA	246.0	252.9	259.3	264.9	269.7	274.1
3	India	167.2	215.6	252.3	283.8	313.8	346.3
4	Brazil	99.2	107.7	113.7	119.8	123.3	125.9
5	Japan	100.0	102.1	103.6	104.5	105.0	105.4
6	Indonesia	72.8	83.7	93.4	102.8	112.6	123.0
7	Rusia	77.5	82.9	87.3	91.4	94.3	96.9
8	Jerman	59.5	61.6	62.2	62.5	62.7	62.7
9	Mexico	53.1	59.4	65.1	70.7	75.7	80.4
10	Nigeria	51.8	57.7	63.2	69.1	76.2	84.3

*sumber : www.eMarketer.com, 2014/kominfo, pengguna internet Indonesia

2014

Tabel 1. 2 Perbandingan Jumlah Penduduk dan Pengguna Internet di Indonesia



**Sumber: Puskakom, APJII 2014-2016*

Perkembangan teknologi informasi memiliki dampak yang berpengaruh positif terhadap beberapa aspek kehidupan, salah satunya pada perkembangan jasa transportasi. Perkembangan pada aspek jasa transportasi ini tentu memiliki beberapa efek positif seperti kemudahan, kenyamanan, kebermanfaatan dan keamanan yang lebih dirasakan penggunaannya. Perbedaan yang dapat dirasakan sebelum dan setelah adanya perkembangan jasa transportasi adalah, dahulu pengguna ojek yang harus aktif untuk mendatangi pangkalan ojek terdekat atau menunggu ojek dipinggir jalan dengan ketidakpastian. Tentu hal ini rentan dengan tindakan kriminal karena risiko keamanan yang tidak diketahui. Berbeda halnya setelah ada perkembangan teknologi informasi, pengguna ojek tidak lagi harus mendatangi pangkalan terdekat atau bahkan menunggu ojek. Pada saat ini dengan berkembangnya jasa transportasi, pengguna ojek dapat melakukan pemesanan ojek melalui *smartphone* dan *driver* ojek akan segera mendatangi pengguna di lokasi mereka berada dan diantarkan sampai ke tujuan.

Selain memberikan dampak positif kepada jasa transportasi bagi pengguna ojek, perkembangan teknologi informasi juga memberikan dampak yang berpengaruh positif terhadap jasa *delivery* makanan, sebelum adanya jasa *delivery* pembeli harus mendatangi restoran untuk melakukan pembelian makanan. Hal ini tentu menghabiskan waktu bagi orang yang memiliki mobilitas dan produktivitas tinggi. Setelah berkembangnya teknologi informasi, seseorang dengan mobilitas dan produktivitas tinggi dapat melakukan pemesanan makanan tanpa harus

mendatangi restoran tersebut karena dapat melakukan pemesanan melalui *smartphone*.

Tidak hanya memberikan dampak positif terhadap jasa ojek dan *delivery* makanan, perkembangan teknologi informasi juga memberikan dampak positif terhadap jasa pengiriman barang. Dahulu untuk melakukan pengiriman barang dalam kota, pengguna jasa pengiriman barang harus datang ke *counter* kurir. Hal ini tentu juga menjadi faktor penghambat dalam mobilitas dan produktivitas, dimana selain harus mengantarkan barang kiriman ke *counter* kurir, pengiriman barang juga membutuhkan waktu lebih dari 24 jam. Setelah berkembangnya jasa transportasi yang di dukung oleh perkembangan teknologi informasi, jasa pengiriman barang ini menjadi lebih cepat karena pengguna jasa dapat langsung melakukan pemesanan jasa melalui *smartphone* dan kurir akan melakukan penjemputan barang dilokasi pemesan berada lalu diantarkan ke tujuan dengan itungan jam dan bahkan bisa di monitor keberadaan barang yang dikirim hingga mendapat laporan bahwa barang sudah terkirim dan diterima.

Wujud nyata dari perkembangan teknologi informasi yaitu munculnya perusahaan berbasis *on demand mobile platform* *Go-Jek*. *Go-Jek* merupakan penyedia jasa transportasi online dengan unggulan jasa ojek dan tersedia dalam layanan transportasi seperti *Go-Ride*, *Go-Car*, *Go-Bluebird*, *Go-Busway*, layanan pembelian *Go-Food*, *Go-Pulsa*, *Go-Bills*, *Go-Shop*, *Go-Mart*, layanan pengiriman seperti *Go-Send*, *Go-Box*, layanan pembayaran seperti *Go-Tix*, *Go-Pay*, dan layanan lainnya, di wilayah Indonesia *Go-Jek* sendiri telah memiliki 250.000 *driver* yang siap melayani 15 juta konsumen setiap minggunya, serta 125.000

merchant yang bekerja sama dengan *Go-Jek* yang siap memberi kemudahan bagi konsumen modern. Sistem pembayaran yang menggunakan layanan *cashless* dari *Go-Pay* membuat kemudahan dalam setiap transaksinya (Kompas, 2017), untuk wilayah Kota Padang *Go-Jek* telah memiliki 426 *driver* dengan rincian :

Tabel 1. 3 Data Jumlah Driver *Go-jek* di Kota Padang

No	Kecamatan	Jumlah
1	Pauh & Lubuk Kilangan	60
2	Kuranji, Nanggalo & Koto Tengah	90
3	Lubeg	153
4	Padang Timur	42
5	Padang Barat	81
	Total	426

Sumber: Data melalui observasi awal (2018)

Go-Jek sebagai perusahaan dengan sistem informasi dan teknologi dalam perkembangan bisnis jasa transportasinya yang merupakan hal yang baru di Indonesia perlu membangun *mindset* pengguna agar siap menerima sistem baru. Penerimaan pengguna terhadap sistem informasi dan teknologi baru dapat diukur melalui alat ukur yang sangat berkembang saat ini yang disebut TAM.

TAM (*Technology Acceptance Model*) adalah alat ukur untuk melihat bagaimana pemahaman pengguna yang secara terus menerus menggunakan teknologi informasi dalam aktivitasnya. Tingginya tingkat pemakaian suatu sistem teknologi informasi menandakan kemudahan terhadap penggunaan teknologi informasi dan memberikan manfaat bagi pengguna merupakan tujuan dari TAM. TAM memiliki variable *Perceived Ease of Use* dan *Perceived Usefulness* untuk menguji determinan dan validitas secara empiris.

Perceived ease of use adalah tingkat kepercayaan seseorang bahwa penggunaan suatu teknologi akan memudahkan dalam menyelesaikan pekerjaan. *Perceived usefulness* adalah kecenderungan seseorang menggunakan atau tidak menggunakan aplikasi karena suatu keyakinan bahwa aplikasi tersebut akan dapat membantu mereka untuk melakukan aktivitasnya lebih baik lagi. Manfaat merupakan penentu yang kuat terhadap penggunaan suatu teknologi, adopsi, dan perilaku para pengguna (Davis, 1989).

Analisa *Perceived ease of use* dan *perceived usefulness* akan memberikan pengaruh kepada sikap pengguna dalam menggunakan teknologi. Keputusan pengguna untuk menerima sebuah software diindikasikan oleh tingkat kepuasan dalam penggunaan software tersebut yang dipengaruhi oleh *perceived ease of use*, serta penggunaan software dengan *perceived usefulness*, pemahaman dan keterampilan akan membuat produktivitas kinerja akan bertambah (Tananjaya, 2012).

Kualitas layanan juga memberikan pengaruh kepada kepuasan pengguna. Mendapatkan kepuasan pengguna banyak bergantung pada memastikan bahwa perusahaan mempertahankan standar kualitas layanan yang tinggi. Menempatkan di tempat mekanisme kualitas telah sangat berpengaruh pada tingkat kepuasan pengguna. Di tengah-tengah variabel kualitas layanan yang sangat signifikan mempengaruhi kepuasan pengguna termasuk *tangibility*, *assurance*, keandalan, *responsiveness* dan empati (Agyapong, 2011).

Kualitas layanan tidak hanya dapat memicu kepuasan pengguna tetapi juga memiliki keterkaitan dengan loyalitas pengguna agar dapat terus menggunakan

produk dari sebuah layanan. Maka dari penjelasan tersebut, penulis tertarik untuk membahas tentang *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, dan Kualitas Layanan terhadap kepuasan pengguna dalam membangun loyalitas pengguna *Go-Jek* di Kota Padang.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang pada penelitian, perumusan masalah dari penelitian ini adalah :

1. Bagaimana pengaruh *perceived usefulness* terhadap kepuasan pengguna *Go-Jek* di Kota Padang?
2. Bagaimana pengaruh *perceived ease of use* terhadap kepuasan pengguna *Go-Jek* di Kota Padang?
3. Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna *Go-Jek* di Kota Padang?
4. Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pengguna *Go-Jek* di Kota Padang?
5. Bagaimana pengaruh kepuasan pengguna terhadap loyalitas pengguna *Go-Jek* di Kota Padang?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada perumusan masalah diatas, penelitian bertujuan :

1. Untuk menganalisis pengaruh *perceived usefulness* terhadap kepuasan pengguna *Go-Jek* di Kota Padang.
2. Untuk menganalisis pengaruh *perceived ease of use* terhadap kepuasan pengguna *Go-Jek* di Kota Padang.

3. Untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna *Go-Jek* di Kota Padang.
4. Untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pengguna *Go-Jek* di Kota Padang.
5. Untuk menganalisis pengaruh kepuasan pengguna terhadap loyalitas pengguna *Go-Jek* di Kota Padang.

1.4 Manfaat Penelitian

Ada beberapa manfaat yang di dapatkan dari penelitian ini:

1. Para Akademisi

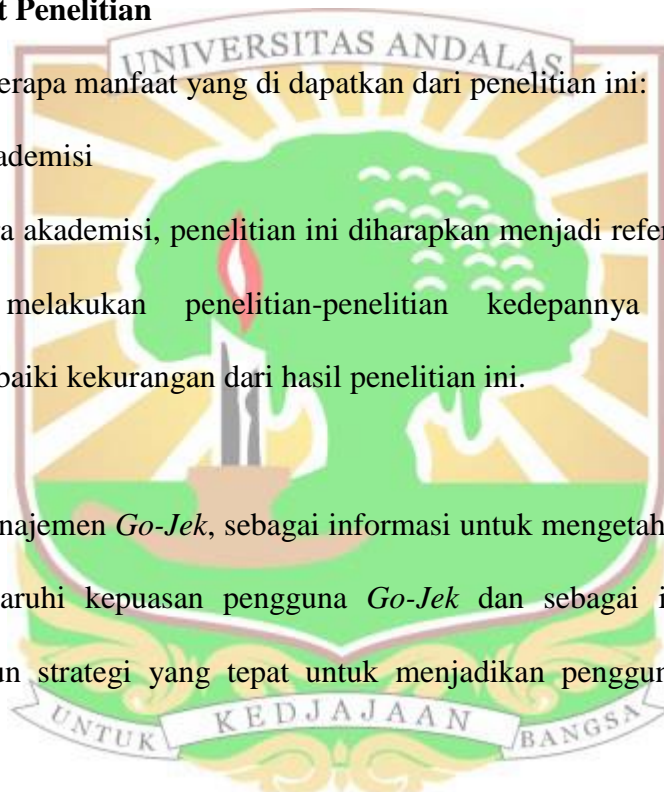
Bagi para akademisi, penelitian ini diharapkan menjadi referensi atau kajian dalam melakukan penelitian-penelitian kedepannya serta mampu memperbaiki kekurangan dari hasil penelitian ini.

2. Praktisi

Bagi manajemen *Go-Jek*, sebagai informasi untuk mengetahui apa saja yang memengaruhi kepuasan pengguna *Go-Jek* dan sebagai informasi untuk menyusun strategi yang tepat untuk menjadikan pengguna loyal kepada *Go-Jek*.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini diarahkan kepada analisa pengaruh *perceived ease of use*, *perceived usefulness* dan kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna untuk membangun loyalitas pengguna. *Perceived usefulness*, *Perceived ease of use*, Kualitas Layanan, Kepuasan Pengguna serta Loyalitas Pengguna akan diukur



dengan menggunakan kuesioner yang telah disiapkan untuk diisi oleh responden yakni pengguna *Go-Jek* di Kota Padang.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I. PENDAHULUAN

Bab ini akan membahas mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II. LANDASAN TEORI

Bab ini akan membahas mengenai dasar-dasar teori yang relevan dengan penelitian yang dibahas. Selain itu pada penelitian ini juga terdapat penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis, dan model penelitian.

BAB III. METODE PENELITIAN

Bab ini akan menjelaskan mengenai desain penelitian, populasi dan sampel penelitian, jenis data dan metode pengumpulan data, identifikasi variabel dan pengukurannya, serta teknik analisis yang digunakan dalam penelitian.

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan menguraikan hasil analisis yang telah dilakukan dan pembahasan dari data yang telah dikumpulkan terkait permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini.

BAB V. PENUTUP

Bab ini akan memuat kesimpulan dari hasil penelitian, implementasi penelitian, keterbatasan penelitian, serta saran bagi penelitian di masa yang akan datang.