

BAB I

PENDAHULUAN

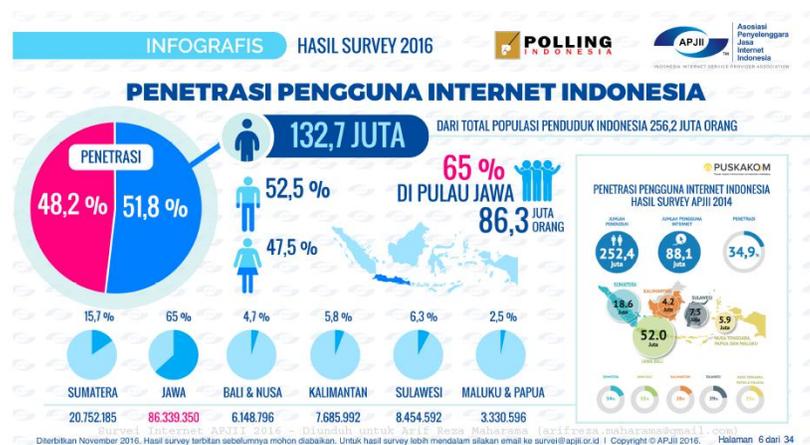
1.1 Latar Belakang Penelitian

Di era globalisasi ini perkembangan teknologi dan informasi di dunia khususnya internet mengalami pertumbuhan yang sangat pesat. Internet menghubungkan satu orang dengan orang lainnya, menyediakan informasi, sebagai media *entertainment*, maupun sebagai sarana komunikasi. Oleh karena itu sebagian masyarakat memandang internet sebagai sesuatu yang wajib dipenuhi untuk menunjang kegiatan sehari-hari mereka. Menurut (Laudon dan Laudon, 2007: 51) setidaknya ada enam alasan mengapa teknologi internet begitu populer diantaranya adalah internet memiliki konektivitas dan jangkauan yang luas; mengurangi biaya komunikasi, biaya transaksi yang lebih rendah, dapat mengurangi biaya agensi, interaktif, fleksibel, dan mudah; serta memiliki kemampuan untuk mendistribusikan pengetahuan secara cepat.

Fakta berbicara bahwa teknologi telah membuat berbagai perubahan dalam perkembangan bisnis, teknologi informasi banyak dimanfaatkan oleh para pelaku bisnis untuk mendukung kegiatan bisnisnya serta mendapatkan profit yang diinginkan. Sehingga lahirlah para kompetitor baru dengan berbagai inovasi yang unggul, sampai hadirnya model bisnis baru yang berbasis teknologi. Pada era globalisasi ini teknologi

memegang peranan yang sangat vital, karena tidak hanya sebagai pelengkap dalam kegiatan bisnis, namun sebagai fundamental bisnis yang terus berkembang serta mampu berkompertensi menghadapi tantangan di dunia bisnis.

Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia yang dilaksanakan selama tahun 2016 adalah sebanyak 132,7 Juta masyarakat Indonesia telah menggunakan *internet* dari total keseluruhan populasi penduduk Indonesia sebanyak 256,2 juta jiwa.

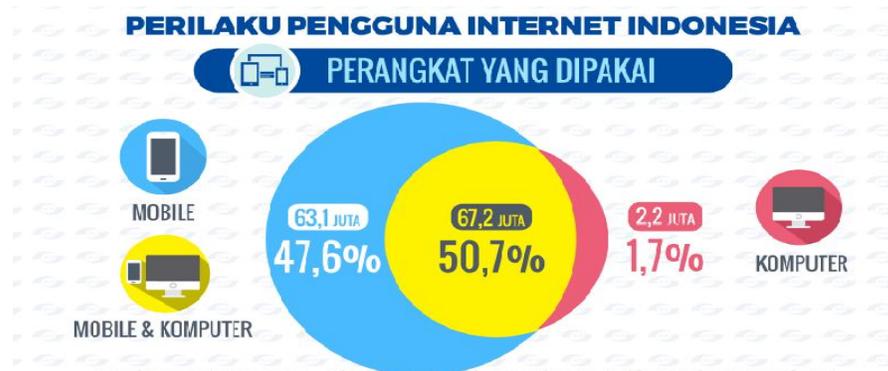


Gambar 1.1

Grafik Pengguna Internet di Indonesia

Sumber : <http://www.apjii.or.id>

Jumlah ini tentu meningkat dibanding dengan survei pada tahun 2014 yang hanya sebesar 88,1 juta jiwa pengguna Internet di Indonesia.



Gambar 1.2

Grafik Perilaku Pengguna Internet di Indonesia

Sumber: <http://www.apjii.or.id>

Dari grafik perilaku pengguna internet di Indonesia dapat kita ketahui bahwasannya perangkat yang dipakai dalam mengakses internet dengan menggunakan smartphone atau perangkat mobile mendapat porsi yang cukup besar sebesar 47,6% atau 63,1 juta jiwa, ini mendakan bahwa perilaku mengakses internet melalui ponsel berbeda dengan akses melalui komputer, mereka umumnya mengakses Internet untuk mengecek email, mengunjungi situs jejaring sosial, dan melakukan transaksi perbankan melalui layanan online. Hal tersebut mengidentifikasi bahwa pengguna web berbasis mobile membuka peluang bisnis yang sangat menggairahkan.

Saat ini kita menyaksikan banyak fenomena yang terjadi di ranah dunia teknologi *startup*. Terdapat 88 *startup* yang berasal dari Indonesia meraih pendanaan sepanjang tahun 2016, ini merupakan salah satu bukti suburnya ekosistem startup lokal.

Banyak hal yang terjadi di dunia teknologi dan informasi khususnya di ranah teknologi startup. Sepanjang tahun 2016 terdapat 88 startup yang berasal dari Indonesia berhasil meraih pendanaan, ini membuktikan bahwa ekosistem startup lokal tumbuh subur di negara ini, tentu saja ini juga berpengaruh pada aplikasi asli buatan para developer lokal.

Munculnya bermacam aplikasi lokal berkualitas, baik dari penyediaan jasa, jual beli online hingga aplikasi game, turut membantu kehidupan masyarakat di Indonesia yang tempo lalu sering disesaki oleh berbagai macam aplikasi yang berasal dari luar negeri yang kurang cocok dengan kondisi masyarakat. Dikutip dari situs teknologi dan informasi yaitu [techinasia.com](https://id.techinasia.com) mencoba meringkas berbagai macam aplikasi android developer anak bangsa yang populer di tahun 2016. Kategori populer di sini dirangkum berdasarkan jumlah aplikasi yang di *download* serta *review* tiap-tiap aplikasi. (<https://id.techinasia.com/aplikasi-android-lokal-yang-paling-banyak-diunduh-di-2016>).

No	Aplikasi Android	Genre	Jumlah Unduhan
1	Gojek	Transportasi Online	10,000,000
2	Tokopedia	Toko Online	10,000,000
3	Babe (Baca Berita)	Berita dan Trending Topic	5,000,000
4	Tahu Bulat	Games	5,000,000

Tabel 1. 1

4 besar *Startup* lokal buatan Indonesia

Sumber : <https://id.techinasia.com>

Kehadiran aplikasi GO-JEK beberapa tahun terakhir ini telah mengubah pola hidup masyarakat Indonesia, karena berkat bisnis GO-JEK yang berkembang ke penyediaan berbagai jasa mulai dari transportasi hingga *food delivery*, kini saat ini pengguna aktif GO-JEK telah mencapai angka 10 juta pengguna *smartphone* berbasis sistem aplikasi Android . Angka yang membuat kagum mengingat daerah operasional GO-JEK yang pada saat ini hanya mencakup beberapa kota besar yang ada di Indonesia.

Berbagai macam moda transportasi yang berbasis aplikasi online terus berkembang di Indonesia sehingga semakin menarik minat khalayak untuk menggunakannya, khususnya masyarakat yang berada di kota-kota besar. Oleh karenanya kompetisi dalam merebut pasar transportasi berbasis aplikasi online pun mulai terasa, dimana bisnis ini mengandalkan kemudahan dan kepraktisan ini.

Kehadiran jasa transportasi melalui media online mendapat sambutan hangat bagi masyarakat. Transportasi yang merupakan kebutuhan kedua atau kebutuhan turunan dari kebutuhan ekonomi masyarakat. Peranan transportasi pada pembangunan wilayah secara menyeluruh telah membawa dampak yang luar biasa terutama sekali pada hubungan antar berbagai wilayah (aksesibilitas). Kehadiran jasa transportasi berbasis aplikasi online mendapat sambutan yang hangat bagi masyarakat. Transportasi yang merupakan kebutuhan kedua atau kebutuhan turunan dari kebutuhan ekonomi masyarakat. Peranan transportasi pada pembangunan wilayah secara menyeluruh telah membawa dampak yang luar biasa terutama sekali pada hubungan antar berbagai

wilayah (aksesibilitas), namun permasalahan di bidang transportasi tidak henti-hentinya menjadi perhatian vital bagi masyarakat dan pemerintah Indonesia, permasalahan tersebut adalah kemacetan yang terjadi di hampir wilayah perkotaan baik di kota-kota besar yang ada di Indonesia, bahkan tidak menutup kemungkinan hingga saat ini mulai merambah daerah pinggiran dan kepedesaan. Berdasarkan data yang dihimpun oleh Badan Pusat Statistik, laju pertumbuhan jalan sejak tahun 2006-2012 hanya sekitar 287.193 km atau mengalami penambahan jalan sekitar 11.046 km pertahun. Sementara laju pertumbuhan kendaraan bermotor sejak tahun 1987-2012 mencapai 86,4 juta unit kendaraan (sekitar 93%) atau bertambah sekitar 3,3 juta unit kendaraan setiap tahunnya (Lihat Grafik 1.2).



Gambar 1.3
Grafik 1.2. Perbandingan Pertumbuhan Jalan & Kendaraan 2006-2012
 Sumber: Badan Pusat Statistik

Jika melihat dari gambar grafik tersebut, maka terdapat ketimpangan antara pertumbuhan jalan dan kendaraan, bahkan Penelitian CSIS Pande Radja Silalahi dalam diskusi peluncuran buku “Untuk Indonesia 2014-2019: Agenda Ekonomi” tanggal 27 Pebruari 2014 menyatakan bahwa pada periode 2006-2012, rasio jalan hanya tumbuh skitar 2,4 %, sedangkan rasio kendaraan sekitar 11 %. Kondisi ini semakin diperparah dengan kondisi jalan diberbagai wilayah yang rusak parah sehingga dapat membahayakan keselamatan pengguna jalan.

Kemacetan terjadi karena dimensi panjang dan lebar jalan sudah tidak mampu lagi menampung volume kendaraan, terlebih kendaraan pribadi yang jumlahnya terus mengalami peningkatan tiap tahunnya. Moda transportasi darat seperti bus kota, angkutan kota ataupun angkutan lainnya belum mampu menggerakkan pemilik kendaraan pribadi berpindah moda transportasi. Permasalah itu antara lain masalah kenyamanan yang dimiliki moda transportasi tersebut sangatlah rendah, Khususnya bus kota dan angkutan kota yang selalu menunggu penumpang penuh dan memakan waktu yang tidak sedikit serta tidak jarang berhenti di tempat-tempat yang dilarang untuk parkir sehingga menimbulkan kemacetan yang cukup parah, banyaknya pengamen dan pedagang asongan yang datang sering berganti membuat penumpang merasa kurang nyaman dalam menggunakan transportasi umum. Fenomena supir angkutan umuum yang mengendarai secara ugal-ugalan , kondisi kendaraan yang tidak dapat dikatakan layak beroperasi serta fasilitas yang tidak terawat dan berbagai macam

kasus kejahatan yang terjadi di moda transportasi umum membuat masyarakat kehilangan akan kepercayaan akan penggunaan moda transportasi umum.

Tabel 1.2
Data Pengunduh Aplikasi Transportasi Online

No	Nama	Jumlah	KETERANGAN
1	UBER	3.002.701	Berdasarkan pengguna aplikasi
2	GRAB BIKE	803.947	Berdasarkan pengguna aplikasi
3	GO-JEK	680.961	Berdasarkan pengguna aplikasi
4	TOP JEK	21.104	Berdasarkan pengguna aplikasi
5	TEKNOJEK	1.732	Berdasarkan pengguna aplikasi

Sumber : (peneliti) Google play store 2017

Berdasarkan data di atas keberadaan gojek di Indonesia menjadi fenomena bagi penggunaannya hal tersebut dikarenakan gojek adalah transportasi berbasis aplikasi *online* yang lebih dulu masuk dan dikenal oleh masyarakat indoneisa, meskipun penyebarannya tidak terdapat di semua kota di Indonesia namun gojek mampu menjadi alternatif jasa angkutan yang dibutuhkan masyarakat saat ini, dari data diatas gojek memiliki pengguna yang cukup banyak sekitar 680.961 di tahun 2017 yang dilihat dari pengunduh aplikasi di *play store* maupun ios, meski masih kalah oleh uber dan grab bike yang berada di peringkat pertama dan kedua dalam hal penggunaannya, dikarenakan kedua aplikasi tersebut merupakan aplikasi buatan luar negeri dan telah melakukan kegiatan operasionalnya di berbagai negara selain Indonesia.

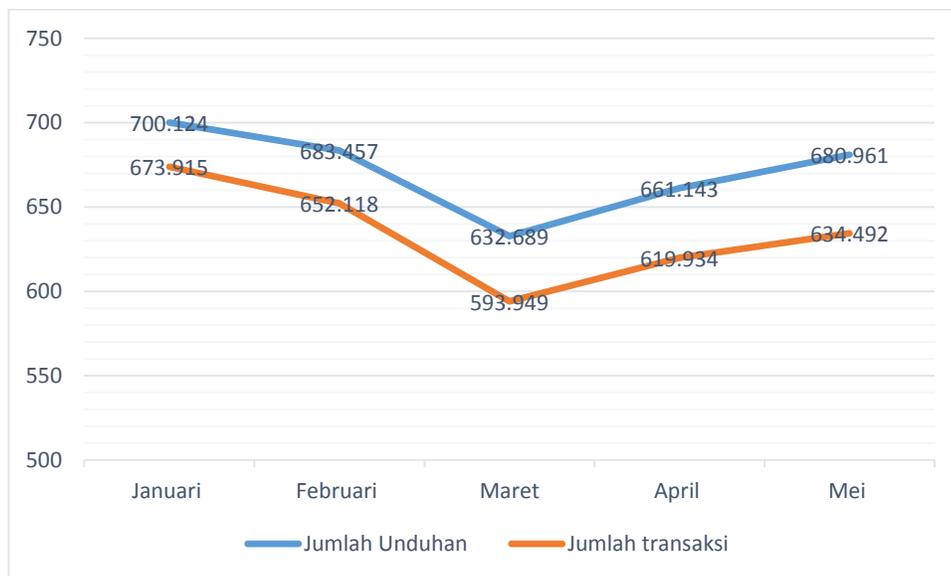
Bisnis transportasi berbasis aplikasi online merupakan suatu inovasi layanan yang memanfaatkan teknologi mutakhir. Inovasi ini dengan cepat menarik hati banyak orang, khususnya para masyarakat yang memanfaatkan layanan transportasi taksi dan

ojek. Tak heran, apabila model bisnis seperti ini selalu mengalami perkembangan di tengah pro dan kontra. Patut diakui walaupun dihiasi oleh berbagai macam polemik, bisnis seperti ini menyajikan banyak manfaat bagi banyak pihak mulai dari *user*, *driver* hingga pebisnis itu sendiri.

Persaingan di bisnis ini sangat ketat maka perusahaan berlomba-lomba untuk menarik minat konsumen dengan mengutamakan pelayanan prima dari pihak perusahaan, sehingga konsumen akan merasakan kepuasan dan bisa mendorong orang tersebut untuk melakukan keputusan pembelian. Namun tidak seluruhnya sesuai keinginan dengan menggunakan sistem jasa transportasi online ini. Ada saja kekurangan yang ditimbulkan oleh sistem transportasi berbasis online ini salahsatunya dari segi pelayanan meski pihak perusahaan mengedepankan pelayanan yang lebih baik, tetapi kenyataannya bahwa konsumen ada saja yang mengeluhkan pelayanan terhadap penyedia jasa transportasi online tsb ini baik itu dari segi aplikasi yang belum semua masyarakat dapat mengoperasikannya dengan mudah maupun dari segi pelayanan drivernya yang terkadang tidak mematuhi aturan yang telah menjadi standarisasi dari pihak perusahaan penyedia jasa tersebut.

Jasa transportasi berbasis aplikasi online banyak dipilih oleh publik dikarenakan proses *order* yang mudah, perhitungan *cost* lebih transparan, dan *service* yang lebih memuaskan, dikarenakan pelanggan tidak perlu keluar rumah untuk memesan jasa ini, cukup bermodalkan akses internet dan perangkat *smartphone*. Aplikasi ini tidak hanya melayani jasa untuk mengantarkan penumpang ke berbagai

tempat tujuan saja, namun jasa transportasi online juga menambahkan berbagai macam opsi berupa servis tambahan sebagai kurir, yaitu bisa sebagai kurir pengantar barang, membelikan makanan dan minuman di berbagai outlate yang telah menjalin kerjasama dengan bisnis transportasi online serta berbagai keperluan lain sampai dengan layanan jasa kebersihan profesional tiket untuk membersihkan kos, kantor dan rumah. Untuk pengguna mereka menemukan sebuah jasa tranportasi yang mempunyai keunggulan dikarenakan adanya kemudahan, lebih murah, lebih nyaman, serta mampu dikatan aman juga.



Gambar 1.4
Kurva unduhan aplikasi go-jek
dan Transaksi pelanggan Go-Jek selama Januari-Mei 2017

Sumber : PT Go-Jek Indonesia

Gambar 1.4 merupakan kurva transaksi Pelanggan Go-Jek dengan membandingkan pada tingkat unduhan aplikasi gojek. Terdapat *gap* atau rentang yang sangat tinggi antara tingkat Unduhan konsumen dengan konsumen yang melakukan transaksi penggunaan jasa transportasi online Gojek Tersebut..

Tingginya *gap* antara unduhan aplikasi dengan jumlah konsumen yang melakukan transaksi jasa transportasi online dapat diperkirakan disebabkan oleh beberapa faktor kemungkinan yang terbesar seperti berikut :

- a. Pelayanan dari mitra Go-jek tidak memberikan kepercayaan terhadap konsumen.
- b. Tidak mengerti bagaimana mengoperasikan aplikasi go-jek tersebut, terkait dengan kemudahan penggunaannya.
- c. Kompetitor memberikan resiko yang rendah terhadap konsumen sehingga konsumen Go-jek berpindah.

Faktor-faktor tersebut merupakan indikator bagaimana konsumen merasa tidak puas dengan Go-jek, Upaya untuk memenuhi kepuasan pada diri konsumen dalam menggunakan jasa transportasi Go-jek yaitu dengan memberikan pelayanan secara online dan pelayanan secara langsung dari pihak yang bermitra dengan Go-jek tersebut secara resmi. Ini menjadi perhatian penting bagi perusahaan transportasi online untuk memberikan kepuasan kepada konsumen. Dampak dari kepuasan yang timbul pada diri konsumen juga dapat membuat konsumen akan tetap loyal terhadap jasa transportasi online tersebut.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka judul penelitian ini adalah **“Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Persepsi Risiko terhadap Keputusan Pembelian Jasa Gojek di Kota Semarang yang Dimediasi Minat Beli sebagai Variable Intervening”**.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah diuraikan di atas maka rumusan masalah yang dapat digambarkan dalam penelitian ini adalah:

- a. Bagaimana pengaruh kepercayaan terhadap minat beli ?
- b. Bagaimana pengaruh kemudahan terhadap minat beli ?
- c. Bagaimana pengaruh risiko terhadap minat beli ?
- d. Bagaimana pengaruh kepercayaan terhadap keputusan pembelian ?
- e. Bagaimana pengaruh kemudahan terhadap keputusan pembelian ?
- f. Bagaimana pengaruh risiko terhadap keputusan pembelian ?
- g. Bagaimana pengaruh minat beli terhadap keputusan pembelian?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

- a. Untuk menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap minat beli.
- b. Untuk menganalisis pengaruh kemudahan terhadap minat beli.
- c. Untuk menganalisis pengaruh risiko terhadap minat beli.
- d. Untuk menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap keputusan pembelian.

- e. Untuk menganalisis pengaruh kemudahan terhadap keputusan pembelian.
- f. Untuk menganalisis pengaruh risiko terhadap keputusan pembelian.
- g. Untuk menganalisis pengaruh minat beli dan keputusan pembelian?

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan penelitian ini, maka diharapkan dapat bermanfaat bagi:

a. Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan masukan serta pertimbangan untuk mengambil keputusan di bidang pemasaran bagi perusahaan yang diteliti, dalam hal ini adalah Gojek sebagai media transportasi online yang ada di Kota Semarang.

b. Peneliti

Penelitian ini merupakan sebuah sarana dalam mengembangkan menerapkan serta melatih berpikir secara ilmiah serta menambah wawasan dan referensi kepustakaan di bidang pemasaran terkait dengan pengaruh kemudahan, resiko terhadap keputusan pembelian yang dimediasi oleh minat pembelian terhadap Gojek di Kota Semarang.

c. Akademis

Penelitian ini dapat dijadikan referensi mengenai penggunaan jasa transportasi berbasis online terutama untuk penelitian-penelitian selanjutnya

mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan penggunaan ojek *online*.