

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan aplikasi *mobile* dan internet akhir-akhir ini menandai pesatnya kemajuan teknologi informasi. Aplikasi *mobile* yang diciptakan oleh perusahaan-perusahaan dalam berbagai bidang yaitu hiburan, pendidikan, komunikasi, bisnis, transportasi dan lainnya menjadi faktor yang mempengaruhi gaya hidup seseorang. Selain itu, kemajuan teknologi informasi ini juga mendorong munculnya peluang bisnis karena dirasa lebih efisien dan efektif penggunaannya (Pertwi & Ariyanto, 2017).

Menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII, 2017) pengguna internet di Indonesia meningkat dari 132.7 juta pengguna pada tahun 2016 menjadi 143.26 juta pengguna pada tahun 2017, hal ini menandakan bahwa internet memberikan banyak keuntungan baik bagi suatu perusahaan maupun pengguna (Mujiyana & Elissa, 2013).

Salah satu peluang bisnis yang menjadi *trend* sekarang adalah *e-commerce*. Menurut data sensus ekonomi Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2006 sampai 2016 *e-commerce* di Indonesia tumbuh hingga 17% dengan total usaha *e-commerce* mencapai 26.2 juta unit. Layanan ojek *online* merupakan salah satu *e-commerce* dalam bidang transportasi (Kurniawan et al., 2016).

Di Indonesia terdapat 3 aplikasi *mobile* bisnis transportasi yang sudah dikenal yaitu Go-Jek, Grab dan Uber. Pengguna layanan ojek *online* datang dari kalangan anak-anak hingga dewasa. Perusahaan transportasi

berbasis aplikasi ini terbukti memberikan perubahan yang signifikan terhadap gaya hidup dan perilaku masyarakat (Chan et al., 2017). Pada kasus ini, peneliti akan mengidentifikasi faktor yang mempengaruhi niat penggunaan terhadap layanan ojek *online*.

Layanan ojek *online* merupakan media pemesanan ojek yang dilakukan secara *online* melalui aplikasi yang diciptakan oleh perusahaan-perusahaan pengembang aplikasi. Aplikasi pertama ojek *online* yang ada di Indonesia adalah aplikasi Go-Jek yang diluncurkan oleh perusahaan PT. Karya Anak Bangsa pada tahun 2014. Kemudian diikuti aplikasi lainnya yaitu GrabBike dan Uber.

Di Yogyakarta pengguna layanan ojek *online* berasal dari berbagai profesi dari pelajar, mahasiswa, pegawai, dan masih banyak lagi. Tidak dipungkiri bahwa seseorang yang menggunakan layanan ojek *online* mengerti tentang penggunaan internet dan pemanfaatan teknologi terutama mahasiswa yang lebih sering menggunakan internet untuk keperluan kuliah dan lain-lain. Hal ini berlandaskan berdasarkan *survey* yang dilakukan APJII bahwa pengguna internet terbesar berdasarkan pendidikan yaitu 79.23% untuk mahasiswa S1 dan Diploma dan 88.24% untuk mahasiswa S2 dan S3. Oleh karena itu pada penelitian ini mahasiswa adalah sumber yang akan dianalisis.

Tidak semua mahasiswa yang kuliah di Yogyakarta memiliki kendaraan pribadi, terutama untuk mahasiswa yang berasal dari luar Yogyakarta. Hal ini tentu akan menghambat seorang mahasiswa yang akan berpergian ke suatu tempat, meskipun disediakan transportasi umum di Yogyakarta, tentunya hal itu kurang memuaskan bagi mahasiswa karena alat transportasi tersebut hanya dapat berhenti di *shelter* yang telah ditentukan saja. Maka

dari itu dengan adanya layanan ojek *online* ini mahasiswa dapat berpergian kemanapun dan kapanpun hanya dengan memesan ojek melalui aplikasi sehingga lebih praktis dan efisien.

Selain faktor kemudahan dan efisiensi waktu, masih banyak lagi faktor yang mempengaruhi tinggi rendahnya penerimaan dan penggunaan layanan ojek *online* (Dehbini et al., 2015) seperti harga yang harus dibayarkan mahasiswa saat menggunakan layanan ojek *online*. Maka dari itu pada penelitian ini, penerimaan dan penggunaan layanan ojek *online* akan diukur menggunakan *Unified Theory of Acceptance & Use of Technology 2* (UTAUT2).

Unified Theory of Acceptance & Use of Technology 2 (UTAUT2) diusulkan oleh Venkatesh et al. (2012) dimana model ini merupakan hasil modifikasi dari model UTAUT sebelumnya. Model ini dikembangkan dari model UTAUT dengan mempresentasikan tiga konstruk baru selain *effort expectancy* (EE), *performance expectancy* (PE), *social influence* (SI) dan *facilitating conditions* (FC) dan *Behavioral Intention to Use the Application* (BIUA) yaitu *Price Value* (PV), *Hedonic Motivation* (HM), dan *Habit* (H). Venkatesh et al. (2012) mengklaim bahwa penambahan konstruk yang disarankan dalam UTAUT2 menunjukkan perubahan signifikan dalam menjelaskan niat perilaku dan penggunaan teknologi. UTAUT2 telah diuji dalam sejumlah penelitian sebelumnya (Yang, 2014; Kit et al., 2014; Huang & Kao, 2015).

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat mengidentifikasi faktor-faktor yang paling mempengaruhi penerimaan mahasiswa terhadap layanan ojek *online*. Sehingga dari faktor-faktor tersebut dapat menjadi pemahaman mengenai faktor-faktor apa saja yang membuat mahasiswa menggunakan layanan ojek *online*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan diatas, maka masalah yang dapat diidentifikasi yaitu:

1. Bagaimana model *Unified Theory of Acceptance & Use of Technology 2* (UTAUT2) yang sesuai untuk meneliti penerimaan layanan ojek *online* bagi mahasiswa di Yogyakarta?
2. Faktor apa saja yang kuat mempengaruhi mahasiswa di Yogyakarta menggunakan layanan ojek *online*?

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah yang akan diungkapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Faktor-faktor yang digunakan sebagai penentu diterimanya layanan ojek *online* adalah *Facilitating conditions, Social influence, Performance Expectancy, Effort Expectancy, Price Value* dan *Habit* tanpa mengikutsertakan variabel *Hedonic Motivation*.
2. Subjek dari penelitian ini hanya mahasiswa yang ada di Seturan yaitu di Universitas Atma Jaya Yogyakarta dan Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta.
3. Penelitian ini hanya menggunakan metode *Unified Theory of Acceptance & Use of Technology 2* (UTAUT2)

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menguji model penelitian yang telah disusun berdasarkan model *Unified Theory of Acceptance & Use of Technology 2* (UTAUT2) untuk meneliti penerimaan layanan ojek *online* oleh mahasiswa di Yogyakarta.

2. Mengetahui faktor-faktor yang secara kuat mempengaruhi penerimaan layanan ojek *online* oleh mahasiswa di Yogyakarta.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Bagi perusahaan penyedia layanan ojek *online*, melalui hasil penelitian ini dapat memberikan masukan tentang faktor-faktor yang paling kuat mempengaruhi niat mahasiswa menggunakan layanan ojek *online*.
- b. Bagi peneliti, penelitian ini dapat menambah wawasan peneliti mengenai penelitian ojek *online* dengan menggunakan UTAUT2.
- c. Bagi ilmu pengetahuan, penelitian ini dapat digunakan menjadi referensi untuk penelitian-penelitian lainnya tentang UTAUT2 dan ojek *online*.

1.6 Sistematika Penelitian

Laporan ini disusun secara sistematis berdasarkan tata cara penulisan laporan yang telah ditetapkan oleh pihak Universitas Atma Jaya Yogyakarta dengan urutan sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini dijelaskan mengenai latar belakang penelitian, rumusan permasalahan, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA DAN DASAR TEORI

Pada bab ini berisi tentang tinjauan pustaka dan dasar teori yang digunakan dalam penelitian ini. Pada tinjauan pustaka berisi hasil penelitian terdahulu mengenai UTAUT2 untuk mengidentifikasi faktor-faktor penerimaan ojek *online*.

Kemudian pada bagian dasar teori berisi tentang teori yang digunakan sebagai dasar dan referensi dalam penelitian ini.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini dijelaskan tentang alur penelitian, penentuan sample dan populasi, metode penelitian, perancangan pertanyaan, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data dan teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian ini.

BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini dijelaskan hasil penelitian secara sistematis yang kemudian dianalisis menggunakan metodologi penelitian yang telah ditetapkan, kemudian dilakukan pembahasan terhadap hasil analisis yang didapat.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan, keterbatasan penelitian dan saran dari hasil penelitian.