

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bermula di tahun 2010 sebagai perusahaan transportasi roda dua melalui panggilan telepon, GO-JEK kini telah tumbuh menjadi *on-demand mobile platform* dan aplikasi terdepan yang menyediakan berbagai layanan lengkap mulai dari transportasi, logistik, pembayaran, layan-antar makanan, dan berbagai layanan *on-demand* lainnya.

GO-JEK adalah sebuah perusahaan teknologi berjiwa sosial yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan pekerja di berbagai sektor informal di Indonesia. Kegiatan GO-JEK bertumpu pada 3 nilai pokok: kecepatan, inovasi, dan dampak sosial. Para driver GO-JEK mengatakan bahwa pendapatan mereka meningkat semenjak bergabung sebagai mitra dengan mendapatkan akses ke lebih banyak pelanggan melalui aplikasi. Mereka juga mendapatkan santunan kesehatan dan kecelakaan, akses kepada lembaga keuangan dan asuransi, cicilan otomatis yang terjangkau, serta berbagai fasilitas yang lain.

Perkembangan teknologi komunikasi yang cukup pesat memberikan perubahan sosial bagi masyarakat dengan perpindahan gaya hidup dari konvensional ke *online*. Banyak bisnis mulai bermunculan dengan memanfaatkan perkembangan teknologi komunikasi tersebut, salah satunya adalah kemunculan bisnis penyedia layanan jasa transportasi GO-JEK. Adanya GO-JEK ternyata memberikan solusi dan menjawab berbagai kekhawatiran masyarakat akan layanan transportasi umum. Ketakutan masyarakat dengan keamanan transportasi umum sudah dijawab dengan kehadiran GO-JEK yang memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi penggunanya.

GO-JEK telah beroperasi di 50 kota di Indonesia, seperti Jakarta, Bandung, Surabaya, Bali, Makassar, Medan, Palembang, Semarang, Yogyakarta, Balikpapan, Malang, Solo, Manado, Samarinda, Batam, Sidoarjo, Gresik, Pekanbaru, Jambi, Sukabumi, Bandar Lampung, Padang, Pontianak, Banjarmasin, Mataram, Kediri, Probolinggo, Pekalongan, Karawang, Madiun, Purwokerto, Cirebon, Serang, Jember, Magelang, Tasikmalaya, Belitung, Banyuwangi, Salatiga, Garut, Bukittinggi, Pasuruan, Tegal, Sumedang, Banda Aceh, Mojokerto, Cilacap, Purwakarta, Pematang Siantar, dan Madura serta pengembangan di kota - kota lainnya pada tahun mendatang. PT GOJEK INDONESIA cabang Lampung yang berada di Jalan MH Thamrin nomor 57E RT 008 Bandar Lampung,

Kini GO-JEK di Bandar Lampung sangat mempermudah penggunaannya untuk menggunakan jasa GO-JEK dan masyarakat Bandar Lampung menjadikan GO-JEK menjadi gaya hidup dalam sehari - hari dan pengguna GO-JEK pun tidak perlu menunggu di pinggir jalan ataupun menghampiri ke pangkalan ojek dan lebih aman dan nyaman saat menggunakan jasa GO-JEK. Gaya hidup merupakan sebuah perspektif pemasaran yang mengelompokkan seseorang menjadi kelompok tertentu berdasarkan hal - hal yang mereka lakukan, bagaimana mereka suka menghabiskan waktu luang mereka, dan bagaimana memilih untuk menghabiskan pendapat mereka (Salomon dalam Fauziah 2013). (Setiadi dalam Susanti 2011) Gaya hidup secara luas didefinisikan sebagai cara hidup yang diidentifikasi oleh bagaimana seseorang menghabiskan waktu mereka (aktivitas), apa yang mereka anggap penting dalam lingkungannya (ketertarikan) dan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan juga dunia disekitarnya (pendapat).

Dari pengertian diatas maka dapat disimpulkan bahwa gaya hidup merupakan suatu pola hidup seseorang tentang bagaimana mereka menghabiskan waktu mereka, apa yang mereka anggap paling penting bagi diri mereka dalam

kehidupan sehari – hari dan bagaimana pandangan mereka tentang diri mereka ataupun tentang dunia luar sekitar mereka.

(Davis dalam Apriyani). Persepsi kemudahan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. (Jogiyanto dalam Oentario 2017) mengemukakan, definisi persepsi kemudahan sebagai sejauh mana individu yakin dengan menggunakan teknologi akan bebas dari usaha. Jika individu menganggap media informasi mudah digunakan maka dia akan menggunakannya. Sebaliknya jika individu menganggap media informasi tidak mudah digunakan maka dia tidak akan menggunakannya.

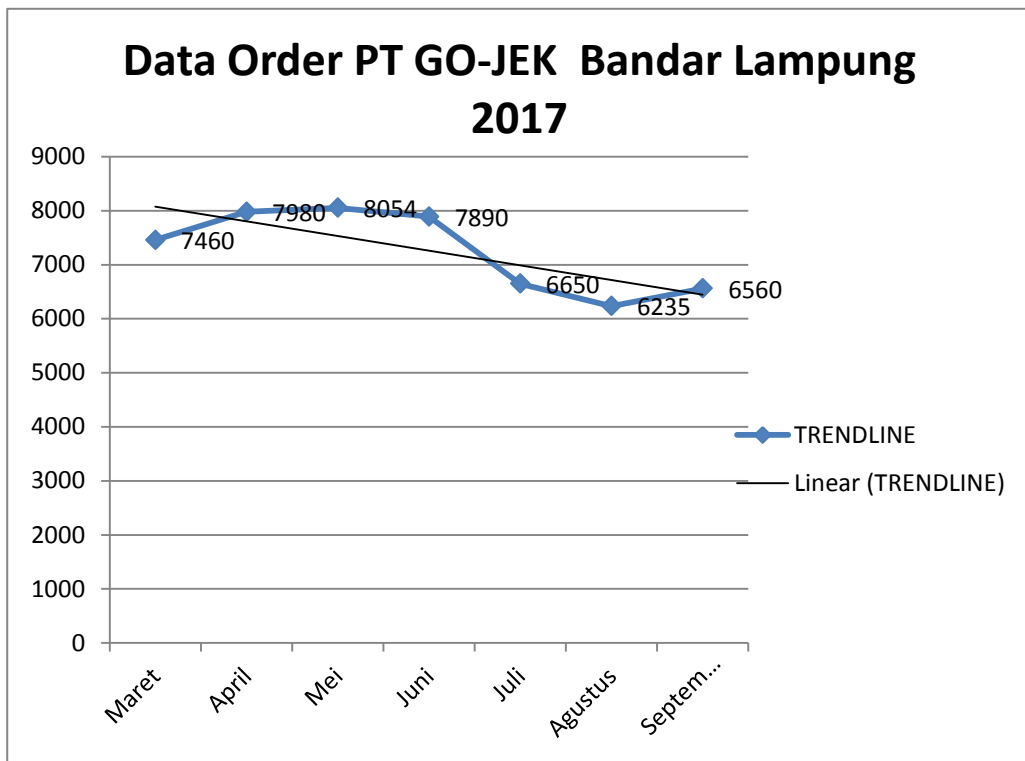
Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa kemudahan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa semakin tinggi persepsi seseorang tentang kemudahan menggunakan sistem, semakin tinggi pula tingkat pemanfaatan teknologi informasi.

Penulis melakukan pra survey terlebih dahulu untuk menjadi dasar dan untuk mendukung observasi mengenai GO-JEK agar mendapatkan dasar mengapa penelitian ini harus diteliti adalah sebagai berikut:

Sebanyak 30 responden mengungkapkan GO-JEK menjadi gaya hidup akan perpindahan dari konvensional menjadi *online* dan menjadikan hal ini menjadi gaya hidup yang dijadikan seseorang pada dirinya. Sebanyak 30 responden mengungkapkan menggunakan jasa GO-JEK *online* karena kebutuhan dan menjadikan kebutuhan itu menjadi Gaya hidupnya dan menghabiskan waktu berpergian dengan menggunakan jasa GO-JEK *online*. Sebanyak 25 responden mengungkapkan menggunakan jasa transportasi GO-JEK karena GO-JEK lebih nyaman dan mudah didapatkan dan ada kendala lain khususnya bagi kalangan orang tua yang tidak terlalu mengerti dalam menggunakan aplikasi GO-JEK dan meminta anaknya untuk melakukan *order*.

PT GO-JEK yang baru berdiri di Bandar Lampung pada bulan Maret 2017 ini mengalami *fluktuatif* dikarenakan adanya kompetitor – kompetitor pada bidang jasa transportasi *online*, hal ini dapat dilihat pada Grafik 1.1.

Grafik 1.1 Data order PT GO-JEK Bandar Lampung 2017



Sumber: PT GO-JEK 2017

Penurunan jumlah *order* pada PT GO-JEK diindikasikan karena rendahnya keputusan pengguna pada produk yang ditawarkan GO-JEK. Keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen benar - benar membeli (Kotler 2008: 63). Cenderung menurun tajam dari bulan Maret hingga September 2017.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh Gaya Hidup Dan Persepsi Kemudahan Terhadap keputusan penggunaan Jasa pada PT GO-JEK di Bandar Lampung**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka dapat di ajukan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah Gaya Hidup berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan Jasa pada PT GO-JEK di Bandar Lampung.
2. Apakah Persepsi Kemudahan berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan Jasa pada PT GO-JEK di Bandar Lampung.
3. Apakah Gaya Hidup dan Persepsi Kemudahan berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan Jasa pada PT GO-JEK di Bandar Lampung.

1.3 Ruang Lingkup Penelitian

1.3.1 Ruang Lingkup Subjek

Ruang lingkup penelitian ini adalah masyarakat Bandar Lampung yang menggunakan jasa pada PT GO-JEK

1.3.2 Ruang Lingkup Objek

Ruang lingkup objek penelitian ini adalah Gaya Hidup dan Persepsi Kemudahan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa pada PT GO-JEK

1.3.3 Ruang Lingkup Tempat

Ruang lingkup tempat pada penelitian ini adalah masyarakat Bandar Lampung.

1.3.4 Ruang Lingkup Waktu

Waktu yang ditentukan pada penelitian ini didasarkan pada kebutuhan penelitian yang dilaksanakan pada bulan Oktober 2017 s.d Maret 2018.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah;

1. Untuk mengetahui pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Penggunaan Jasa pada PT GO-JEK di Bandar Lampung
2. Untuk mengetahui pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa pada PT GO-JEK di Bandar Lampung

3. Untuk mengetahui pengaruh Gaya Hidup dan Persepsi Kemudahan terhadap keputusan penggunaan jasa pada PT GO-JEK di Bandar Lampung

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Bagi Penulis

- a. Menambah wawasan dan pengetahuan bagi peneliti, khususnya dalam bidang ekonomi yang berhubungan dengan Gaya Hidup dan Persepsi Kemudahan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa.
- b. Untuk menambah pemahaman serta lebih mendukung teori – teori yang telah ada berkaitan dengan masalah yang telah diteliti serta untuk mengimplementasikan dan memperkaya ilmu pengetahuan yang lebih didapat dibangku perkuliahan.

1.5.2 Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan menjadi bahan pertimbangan dan masukan bagi perusahaan dalam menetapkan kebijakan pada Gaya Hidup dan Persepsi Kemudahan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa yang sesuai dengan konsep tujuan perusahaan.

1.5.3 Bagi Institusi

Menambah referensi perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis IIB Darmajaya.

1.6 Sistematika Penulisan

Dalam penelitian ini, pembahasan dan penyajian hasil penelitian akan disusun dengan materi sebagai berikut :

1.6.1 Bab I : Pendahuluan

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang, perumusan masalah, ruang lingkup penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, sistematika penulisan tentang “Pengaruh Gaya Hidup dan Persepsi Kemudahan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa pada PT GO-JEK di Bandar Lampung”.

1.6.2 Bab II : Landasan Teori

Berisikan tentang teori-teori yang mendukung dalam penelitian dan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

1.6.3 Bab III: Metode Penelitian

Bab ini berisikan tentang metode yang akan digunakan dalam penelitian, populasi dan sampel, sumber data, variabel penelitian, operasional variabel, teknik analisis data, uji persyaratan instrumen, metode analisis data, teknik analisis data dan pengujian hipotesis.

1.6.4 Bab IV : Hasil Dan Pembahasan

Dalam bab ini hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan peneliti dengan berpedoman pada teori dan metode yang dikemukakan pada Bab II dan Bab III.

1.6.5 Bab V : Simpulan Dan Saran

Dalam bab ini berisikan simpulan dan saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak yang bersangkutan dan bagi pembaca pada umumnya.

Daftar Pustaka

Lampiran Lampiran

