

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Era digitalisasi saat ini menjadikan perkembangan teknologi informasi telah memainkan peran yang semakin dominan dalam membentuk berbagai aspek kehidupan sehari-hari. Salah satu dampak paling signifikan dari perkembangan teknologi adalah kemunculan aplikasi berbasis mobile yang menyediakan berbagai layanan bagi penggunanya (Silvia, 2023). Gojek merupakan salah satu platform terkemuka di Indonesia yang telah berhasil menciptakan terobosan dalam layanan transportasi online untuk kebutuhan sehari-hari. Ponorogo merupakan salah satu kota yang terletak di Jawa Timur, turut merasakan dampak positif dari kehadiran Gojek dalam memudahkan akses masyarakat terhadap berbagai layanan transportasi online. Selain itu, terdapat perusahaan transportasi online yang menjadi pesaingnya yaitu Grab yang memiliki usaha serta fitur yang hampir sama dengan Gojek.

Menurut survei yang dilakukan DataIndonesia.id tahun 2022 yang menyatakan Gojek dan Grab menjadi layanan ojek online paling banyak digunakan dengan presentase 82% responden layanan yang menggunakan Gojek, 57,3% responden menggunakan jasa ojek online Grab, kemudian 19,60% responden menggunakan layanan ojek online Maxim, sementara hanya 4,90% konsumen yang menggunakan layanan ojek online InDriver. Grab dan Gojek menjadi dominasi yang banyak digunakan oleh masyarakat karena menjadi pelopor hadirnya layanan ojek online di Ponorogo, sehingga jika ingin

menggunakan ojek online masyarakat Ponorogo lebih familiar dengan layanan Grab dan Gojek. Menurut pengalaman dibagikan oleh Pakgetmedia.com saat menggunakan layanan ojek online di Ponorogo di laman situs webnya, mengungkapkan bahwa jumlah driver Gojek lebih banyak jika dibandingkan dengan Grab. Dengan persaingan yang begitu kompetitif tersebut, diperlukannya kegiatan pemasaran yang efektif untuk perusahaan Gojek agar calon konsumen tetap mau melakukan keputusan penggunaan jasa layanan aplikasi Gojek.

Keputusan pengguna mengacu pada tindakan atau pilihan yang diambil oleh individu atau konsumen dalam memilih, menggunakan, atau memanfaatkan suatu produk, layanan, atau platform (Davis et al dalam jurnal Bayu & Dewa, 2019). Keputusan ini melibatkan serangkaian proses mental yang kompleks, termasuk evaluasi berbagai faktor, preferensi, dan pertimbangan sebelum akhirnya mengambil tindakan yang dianggap paling memadai atau memuaskan. Dalam konteks penelitian ini, keputusan pengguna aplikasi Gojek di Ponorogo mencakup aspek pemilihan untuk menggunakan atau tidak menggunakan aplikasi, sejauh mana frekuensi penggunaan, dan sejauh mana kepuasan pengguna terhadap layanan yang disediakan (Rondonuwu, 2013).

Inovasi layanan menjadi elemen kunci dalam keberhasilan platform seperti Gojek. Perkembangan teknologi yang diimplementasikan oleh Gojek menciptakan layanan yang inovatif dan memenuhi kebutuhan pengguna dengan cara yang baru dan efektif (Sellfia, & Aryani, 2021). Melalui integrasi teknologi terbaru, seperti penggunaan algoritma cerdas dalam menentukan rute

tercepat atau pengoptimalan proses pemesanan, Gojek terus berupaya untuk memberikan pengalaman yang unik dan efisien bagi penggunanya. Inovasi ini diharapkan tidak hanya meningkatkan kepuasan pengguna tetapi juga mempengaruhi keputusan mereka dalam menggunakan aplikasi.

Inovasi layanan merujuk pada pengembangan atau penerapan ide, metode, atau teknologi baru untuk meningkatkan atau menciptakan layanan yang lebih efisien, efektif, dan relevan bagi pelanggan atau pengguna (Witri, 2022). Hal ini melibatkan transformasi dalam cara layanan disampaikan, dikonsepsikan, atau diimplementasikan untuk memenuhi kebutuhan atau tuntutan yang terus berkembang dari pasar atau pengguna. Definisi inovasi layanan mencakup perubahan dalam proses, model bisnis, teknologi, atau paradigma layanan yang bertujuan untuk memberikan nilai tambah dan memberikan pengalaman yang lebih baik kepada pengguna. Inovasi ini dapat melibatkan penggunaan teknologi baru, peningkatan dalam desain layanan, atau pengembangan model bisnis yang inovatif (Duhita, 2018). Hal ini selaras dengan penelitian (Batu, Suryani, Septian, Sekaryahya, 2020) yang menyatakan bahwa inovasi layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan, tetapi berbeda dengan penelitian (Demmassabu, 2023) yang menyatakan inovasi layanan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap keputusan penggunaan.

Kemudahan penggunaan aspek lain yang memegang peranan penting dalam membentuk keputusan pengguna. Aplikasi Gojek dirancang dengan antarmuka yang intuitif, memungkinkan pengguna untuk dengan mudah melakukan pemesanan layanan tanpa memerlukan kemampuan teknis yang tinggi. Proses pembayaran yang sederhana dan fitur navigasi yang jelas juga

berkontribusi pada tingkat kemudahan penggunaan aplikasi. Dengan menyediakan pengalaman pengguna yang lancar dan efisien, Gojek berharap dapat meningkatkan keputusan pengguna untuk secara aktif menggunakan platform ini (Setyowati & Respati 2017).

Kemudahan penggunaan suatu produk atau layanan menjadi aspek kritis dalam membentuk pengalaman pengguna yang positif. Antar muka pengguna yang dirancang dengan baik dan mudah dipahami memainkan peran penting dalam memastikan pengguna dapat berinteraksi dengan produk atau layanan tanpa kesulitan. Pengalaman pengguna yang menyenangkan mencakup respons yang cepat dari sistem, aksesibilitas yang baik, dan ketersediaan instruksi yang jelas. Kemudahan penggunaan juga mencakup aspek pembelajaran, di mana pengguna dapat dengan cepat memahami cara menggunakan produk atau layanan tanpa perlu melewati proses pelatihan yang rumit. Dalam dunia yang terus berkembang ini, produk atau layanan yang memprioritaskan kemudahan penggunaan cenderung lebih menarik bagi pengguna, meningkatkan adopsi, dan membangun loyalitas (Simamora & Fatira, 2019). Hal ini relevan dengan penelitian (Widiyanti, 2020) yang menyatakan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan. Namun, hal tersebut tidak relevan dengan penelitian (Susanti & Putra, 2023) yang menyatakan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan penggunaan.

Tingkat kepercayaan elektronik atau (*E-Trust*) menjadi faktor krusial dalam lingkungan digital, terutama dalam transaksi online yang melibatkan pertukaran informasi pribadi dan keuangan (Suryadiningrat, & Agustini, 2023).

Gojek sebagai platform layanan digital menghadapi tantangan untuk membangun kepercayaan pengguna terhadap keamanan dan privasi data mereka. Melalui implementasi kebijakan keamanan yang ketat, enkripsi data, dan langkah-langkah keamanan lainnya, Gojek berupaya untuk memastikan bahwa pengguna merasa aman dan percaya untuk melakukan transaksi melalui aplikasinya. *E-Trust* sebagai faktor penentu keputusan pengguna, diharapkan memiliki dampak signifikan pada penerimaan dan penggunaan aplikasi Gojek di Ponorogo (Indra, Zahra, Setiono, & Pratama, 2022).

E-Trust merujuk pada tingkat kepercayaan atau keamanan yang diterapkan dalam konteks lingkungan atau transaksi elektronik (Hapni, 2021). *E-Trust* atau *Electronic Trust* menjadi krusial dalam era digital di mana berbagai kegiatan, termasuk transaksi keuangan, komunikasi, dan pertukaran informasi, dilakukan secara online. Definisi *E-Trust* melibatkan keyakinan bahwa sistem, platform, atau entitas elektronik dapat diandalkan dan dapat memberikan keamanan terhadap informasi serta transaksi yang dilakukan oleh pengguna. Ini mencakup aspek keamanan data, perlindungan privasi, integritas informasi, dan keandalan sistem. Faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat *E-Trust* melibatkan keamanan teknologi informasi, kebijakan privasi, kepatuhan terhadap standar keamanan, dan transparansi dalam pengelolaan data pengguna. Organisasi, situs web, atau platform elektronik yang mampu membangun dan memelihara tingkat *E-Trust* yang tinggi cenderung menarik lebih banyak pengguna dan bisnis (Ashghar & Nurlatifah, 2020). Penelitian (Dewi & Ramli, 2023) yang menyatakan bahwa *E-trust* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan penggunaan sedangkan penelitian (Octaviana,

2022) menyatakan bahwa *E-trust* berpengaruh positif tidak signifikan terhadap keputusan penggunaan.

Fenomena penggunaan aplikasi Gojek telah menciptakan perubahan signifikan dalam perilaku konsumen dan transformasi ekosistem transportasi lokal. Menurut Katadata (2022) dalam artikelnya menuliskan bahwa *e-commerce* bidang transportasi online yang banyak di pilih oleh masyarakat Indonesia adalah Gojek. Hal ini didukung berdasarkan hasil survei Badan Penelitian dan Pengembangan (Balitbang) dan Kementerian Perhubungan (Kemenhub) pada September 2022, ditemukan bahwa Gojek merupakan *e-commerce* bidang transportasi online yang paling banyak digunakan. Sebanyak 59,13% responden menyatakan telah memilih dan menggunakan aplikasi transportasi online Gojek, disusul dengan pengguna Grab 32,24%, Maxim dengan presentase 6,93%, pengguna Indriver dengan presentase 1,47%, dan 0,23% responden memilih aplikasi lainnya. Data tersebut menunjukkan bahwa Gojek telah mengalami pertumbuhan pengguna sebesar 25% dari tahun 2021 ke tahun 2022. Faktor-faktor yang mempengaruhi pertumbuhan pengguna Gojek berdasarkan penelitian terdahulu, terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi pertumbuhan pengguna aplikasi transportasi online, antara lain: Harga dan inovasi layanan, Kemudahan akses dan penggunaan, *E-trust* dan kemudahan.

Beberapa penelitian terdahulu melakukan penelitian serupa tentang keputusan penggunaan, namun penelitian yang menguji pengaruh inovasi layanan, kemudahan penggunaan, dan *E-trust* masih terbatas dimana para peneliti sebelumnya cenderung melakukan penelitian pada salah satu variabel

sedangkan dalam penelitian ini menggunakan ketiga variabel tersebut dan penelitian mengenai penggunaan aplikasi Gojek di Ponorogo masih terbatas. Keterkaitan konsumen tersebut diduga berkaitan dengan inovasi layanan, kemudahan penggunaan, dan *E-trust* terhadap keputusan penggunaan aplikasi Gojek di Ponorogo.

Berdasarkan penjabaran fenomena masalah tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Inovasi Layanan, Kemudahan Penggunaan, dan *E-Trust* terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Gojek di Ponorogo.”**

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan penjabaran latar belakang diatas, maka peneliti merumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah inovasi layanan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan penggunaan aplikasi Gojek di Ponorogo?
2. Apakah kemudahan penggunaan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan penggunaan aplikasi Gojek di Ponorogo?
3. Apakah *E-Trust* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan penggunaan aplikasi Gojek di Ponorogo?
4. Apakah inovasi layanan, kemudahan penggunaan, dan *E-Trust* bersilmutan terhadap keputusan penggunaan aplikasi Gojek di Ponorogo?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, agar lebih terfokus maka dikemukakan tujuan penelitian sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh inovasi layanan terhadap keputusan penggunaan aplikasi Gojek di Ponorogo.
- b. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kemudahan penggunaan terhadap keputusan penggunaan aplikasi Gojek di Ponorogo.
- c. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *E-Trust* terhadap keputusan penggunaan aplikasi Gojek di Ponorogo.
- d. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh inovasi layanan, kemudahan penggunaan, dan *E-Trust* bersilmutan terhadap keputusan penggunaan aplikasi Gojek di Ponorogo.

2. Manfaat Penelitian

Dengan dilakukannya penelitian ini, maka dapat diambil manfaat bagi beberapa pihak antara lain sebagai berikut :

a. Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada perusahaan Gojek tentang pemahaman yang lebih mendalam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pengguna dalam menggunakan aplikasi mereka di wilayah Ponorogo. Dengan wawasan ini, perusahaan dapat meningkatkan layanan,

memperkuat kepercayaan pengguna, dan mengembangkan strategi bisnis yang lebih efektif, yang pada akhirnya akan meningkatkan kepuasan pengguna dan daya saing perusahaan di pasar transportasi online.

b. Bagi Pihak Lain

Penelitian ini dapat digunakan untuk membantu menjadi bahan pertimbangan oleh kalangan masyarakat dengan mengetahui faktor penyebab keputusan penggunaan pada aplikasi Gojek. Diharapkan dapat digunakan menjadi referensi untuk melakukan penelitian lanjutan terkait dengan inovasi layanan, kemudahan penggunaan, dan *E-trust* terhadap keputusan penggunaan. Selain hal tersebut, diharapkan penelitian ini juga dapat memberikan gambaran dan juga motivasi secara umum kepada pembaca atau calon peneliti selanjutnya dalam menentukan sebuah topik penelitian.