

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Dewasa ini, perkembangan teknologi informasi berkembang dengan cepat dan cukup masif. Inovasi-inovasi yang ada semakin memudahkan pengguna untuk mengakses informasi dengan mudah dan cepat. Perkembangan zaman dengan kemajuan teknologinya telah mempengaruhi kebutuhan manusia. Dengan majunya perkembangan zaman, maka kebutuhan manusia akan bertambah. Terlebih bagi masyarakat perkotaan seperti di Jakarta. Perkembangan zaman yang bersamaan dengan perkembangan teknologi, mendorong masyarakat perkotaan ingin memenuhi kebutuhan secara efektif dan efisien.

Inovasi yang saat ini sangat populer dan bahkan sudah menduduki posisi kebutuhan bagi manusia antara lain internet, telepon genggam serta aplikasi lainnya. Ketiga hal ini telah menjadi bagian yang dianggap penting bagi manusia saat ini terlebih bagi mereka yang tinggal diperkotaan. Saat ini, orang-orang dapat saling bertukar informasi dan berhubungan satu sama lain, berbelanja, mencari berita terbaru dan masih banyak lagi hanya dengan teknologi yang ada pada tangannya.

Berdasarkan data yang telah diperoleh oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), & Puskakom UI pada survei profil pengguna internet Indonesia tahun 2014, diketahui bahwa sudah banyak pengguna internet di Indonesia yaitu sebesar 34,9%. Pengguna internet mengalami peningkatan, hal ini

diketahui dari data pengguna internet tahun 2012 sebelumnya sebanyak 24,23%, sehingga dapat disimpulkan jika peningkatan penggunaan internet terus terjadi dari tahun ke tahun.

Internet adalah wujud dari perkembangan teknologi. Kemajuan dan perkembangan internet telah mendorong pelaku ekonomi untuk mengembangkan layanan penyedia kebutuhan masyarakat dengan lebih praktis. Salah satunya pada kebutuhan transportasi umum. Persaingan industri transportasi umum semakin berkembang dengan adanya teknologi digital yang juga terus berkembang sesuai dengan kebutuhan masyarakat saat ini. Sehingga, sistem informasi dan transportasi harus bersinergi satu sama lain untuk menciptakan model transportasi yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Peningkatan laju internet mendorong kemajuan di segala seperti yang saat berkembang, yakni transportasi berbasis online.

Gojek merupakan aplikasi mobile untuk layanan transportasi berbasis aplikasi *online*. Aplikasi ini memudahkan pengguna dengan menjadi perantara antara pengendara ojek dengan pelanggannya. GO-JEK dapat di download oleh pengguna *smartphone* di *android* atau *iOS*. Manfaat kemudahan dalam melakukan pemesanan transportasi inilah yang menjadikan GO-JEK dengan cepat diterima di masyarakat.

PT. GO-JEK adalah perusahaan teknologi dengan misi sosial untuk meningkatkan kesejahteraan dan membuka lapangan pekerjaan di sektor informal yang sudah beroperasi di 50 kota di Indonesia<sup>1</sup>. PT. GO-JEK Indonesia didirikan oleh Nadiem Karim pada tahun 2011. GOJEK menjadi mitra bagi para pengendara

---

<sup>1</sup> GO-JEK, "About GO-JEK"([www.go-jek.com](http://www.go-jek.com)) diakses 24 Maret 2018

untuk berinteraksi dengan para konsumennya dalam rangka mempermudah masyarakat menghadapi kemacetan dan kepadatan penduduk Ibu Kota Jakarta.

GO-JEK telah memiliki mitra dengan lebih dari 10.000 pengendara ojek di Jakarta, Surabaya, Bandung, hingga Provinsi Bali. Persentase aplikasi GO-JEK menduduki rating tertinggi dipilih oleh konsumen, yaitu sebanyak 72,6 persen dan frekuensi penggunaan masyarakat dalam menggunakan layanan transportasi online sebanyak 2 – 3 kali dalam seminggu adalah 31,6 persen<sup>2</sup>. Data tersebut menunjukkan bahwa GO-JEK telah memiliki tempat tersendiri bagi masyarakat sebagai layanan *ride sharing* lokal yang banyak diminati masyarakat ditengah persaingan transportasi *online* saat ini.

Diawal kemunculannya, GO-JEK menawarkan jasa dan layanan ojek *online* (Go-Ride), pengiriman barang atau paket (Go-Send), layanan pesan antar makanan (Go-Food), layanan belanja baik toko *online* maupun *offline* (Go-Mart). Go-Ride adalah layanan transportasi sepeda motor yang sebelumnya adalah ojek-ojek konvensional yang dijadikan mitra untuk bersama-sama memberikan manfaat lebih dengan menggunakan *mobile services* sehingga seluruh pemesanan dapat dikendalikan dengan aplikasi GO-JEK. Dengan menggunakan Go-Ride maka konsumen dapat lebih mudah dan cepat untuk menuju tempat tujuan. Seiring perkembangan waktu, GO-JEK telah menambah jasa dan layanannya guna memudahkan para pelanggan. Layanan tersebut adalah Go-Box, Go-Car, Go-Clean,

---

<sup>2</sup>Ahmad Sabran, “Ini Hasil Lengkap Survei Transportasi Online YLKI, 41 Persen Pengguna Pernah Kecewa”, 2017, (<https://Wartakota.Tribunnews.com>) diakses tanggal 25 Maret 2018

Go-Massage, Go-Tix, Go-Busway, dan Go-Glam. Terhitung ada 17 layanan dalam fitur GO-JEK hingga saat ini untuk memenuhi kebutuhan para konsumen.

Faktor kemudahan mendorong konsumen untuk menggunakan jasa GO-JEK dalam mengatasi masalah yang ada ketika menggunakan transportasi umum. GO-JEK terus memperbaiki kesulitan-kesulitan yang telah dialami para konsumen dalam penggunaan aplikasi, sehingga konsumen semakin nyaman dalam penggunaan aplikasi tersebut.

Metode pembayaran GO-JEK dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu pembayaran tunai dan pembayaran non tunai. Pembayaran non tunai menggunakan GO-JEK *Credit* yang sekarang telah berganti nama menjadi Go-Pay. Layanan Go-Pay hadir dipertengahan tahun 2016 dan menjadi solusi bagi konsumen ketika tidak membawa uang tunai.

GO-JEK bukan hanya layanan *ride sharing* saja. Semenjak GO-JEK melakukan akuisisi dengan start up yang bergerak di bidang *fintech* yakni Kartuku, Midtrans dan Mapan. GO-JEK memperkuat layanan dompet digital Go-Pay. GO-JEK mulai menfokuskan layanan pembayaran digital atau yang kerap disebut e-money. Hal ini dilakukan untuk mendukung layanan pembayaran yang aman, nyaman, mudah dan terpercaya baik secara *online* ataupun *offline*. Lebih dari 50 persen transaksi GO-JEK menggunakan Go-Pay dengan alasan kenyamanan. Dengan akuisisi tersebut Go-Pay memproses transaksi sekitar 5 miliar dolar AS

atau setara dengan Rp. 67 triliun.<sup>3</sup> Berikut ini adalah data persentase penggunaan pembayaran digital pada tahun 2016.

**Gambar I.1**  
**Persentase Pengguna Pembayaran Digital Tahun 2016**



Sumber: Lembaga JakPat

Menurut riset lembaga JakPat (Aplikasi platform survei online di Indonesia) pada Desember 2016, persentase penggunaan pembayaran digital pada GoPay di Indonesia telah mencapai 27,1%, berada di urutan keempat setelah Mandiri E-Money sebesar 43,8%, BCA Flazz sebesar 39,1%, dan Telkomsel T-Cash sebesar 29,1%<sup>4</sup>. Ini memuktikan bahwa Go-Pay memiliki peluang untuk terus berkembang di masyarakat Indonesia sebagai layanan transaksi digital.

Go-Pay adalah *mobile wallet* atau dompet virtual yang digunakan untuk menyimpan GO-JEK *Credit* dan digunakan ketika membayar transaksi dalam

<sup>3</sup>Fatimah Kartini “Berapa Jumlah Pengguna dan Pengemudi Go-Jek”, 2017, ([www.tekno.kompas.com](http://www.tekno.kompas.com)) diakses 25 Maret 2018

<sup>4</sup>Jofie Yordan, “Go-Pay Mulai Saingi Uang Elektronik Mandiri dan BCA”, 2017, (<https://m.kumparan.com>) diakses 26 Maret 2018

layanan produk-produk GO-JEK. Sistem pembayaran seperti ini sedang banyak berkembang di Indonesia seperti Mandiri e-Money, BCA Flash, Telkomsel T-Cash dan lain sebagainya. *M-Payment* sendiri bisa diartikan sebagai salah satu jenis dari aktivitas bisnis yang melibatkan perangkat elektronik yang memiliki koneksi dengan *mobile network* agar dapat berjalan<sup>5</sup>. Go-Pay menjalin kerjasama dengan 14 bank dan 3 jaringan ATM (Prima, ATM Bersama dan Alto) yang dapat digunakan pengguna untuk melakukan pengisian saldo Go-Pay. Cara mengisi ulang atau *top up* cukup mudah yakni dengan transfer ATM, internet banking, mobil banking dan juga melalui bayar ke pengemudi GO-JEK.

Go-Pay memiliki berbagai keunggulan, diantaranya adalah yaitu pembayaran yang mudah untuk setiap transaksi layanan GO-JEK, pembayaran transaksi tanpa uang kembalian, mendapatkan berbagai macam potongan harga untuk pengguna Go-Pay, dan kemudahan pengisian saldo. Berdasarkan berita dari Tribun-Medan.com pada 30 Januari 2017 bahwa:

“Beragam keuntungan pembayaran menggunakan Go-Pay seperti promo menarik mulai dari diskon hingga harga spesial. Lebih dari 50 persen masyarakat menggunakan Go-Pay untuk melakukan pembayaran layanan GO-JEK yang mereka pilih. Banyak masyarakat pengguna GO-JEK merasa lebih fleksibel ketika menggunakan Go-Pay untuk melakukan pembayaran”<sup>6</sup>

Dari berita tersebut tersebut dapat diketahui bahwa bukan hanya harga yang mempengaruhi masyarakat untuk menggunakan Gopay. Faktor kemudahan adalah

---

<sup>5</sup> Liebana Cabanillas, F., Sanchez Fernandez, J., & Mu, F., “*The moderating effect of experience in the adoption of mobile payment tools in Virtual Social Networks : The m-Payment Acceptance Model in Virtual Social Networks ( MPAM-VSN )*”, International Journal of Information Management, 2014, hal 151–166.

<sup>6</sup>Ayu Prasandi, “*Beragam Kemudahan dan Keuntungan dengan Go-Pay*”, 2017 (medan.tribunnews.com), diakses 29 April 2018

salah satu yang mempengaruhi masyarakat untuk menggunakan pembayaran Go-Pay pada transportasi online GO-JEK.

Secara hukum, pemerintah telah mengatur peraturan yang berkaitan dengan transaksi pembayaran sesuai Peraturan Bank Indonesia Nomor 8/9/PBI/2016) tentang Pengaturan dan Pengawasan Sistem Pembayaran Pengelolaan Uang Rupiah, yaitu pada Pasal 5 ayat (1) huruf d yang berbunyi “Pengaturan Sistem Pembayaran mencakup antara lain infrastruktur”. Jenis infrastruktur yang termasuk Sistem Pembayaran salah satunya adalah *internet payment gateway*, dan *electronic banking* (seperti *SMS banking*, *internet banking*, dan *mobile banking*). Sistem pembayaran merupakan instrumen penting dari sebuah bisnis. Dengan hadirnya Go-Pay menjadi inovasi sistem pembayaran yang menawarkan kemudahan bagi konsumen dalam bertransaksi menggunakan aplikasi GO-JEK.

Go-Pay merupakan salah satu produk *Financial Techonology* yang dibuat oleh GO-JEK. Metode pembayaran ini dibuat untuk mempermudah sistem pembayaran dalam layanan GO-JEK. Menurut definisi yang dijabarkan oleh *National Digital Research Centre* (NDRC), *Fintech* adalah istilah yang biasa digunakan untuk menyebut suatu inovasi di bidang jasa *finacial*. Kata *fintech* sendiri berasal dari kata *financial* dan *technology* yang mengacu pada inovasi finansial dengan sentuhan teknologi modern<sup>7</sup>. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Fintech adalah suatu inovasi sistem keuangan yang berbasis teknologi atau dalam hal ini adalah internet.

Harga mempengaruhi keputusan pembelian karena tidak hanya membandingkan harga namun juga menilai terlebih dahulu apakah harga yang

---

<sup>7</sup>M. Majid, “*Mengenal Fintech, Inovasi Sistem Keuangan di Era Digital*”, 2017, ([www.maxmanroe.com](http://www.maxmanroe.com)) diakses 25 Maret 2018

ditawarkan sesuai dengan manfaat yang didapat. Terlebih saat ini harga GO-JEK dengan pembayaran dengan Go-Pay sangat murah daripada pembayaran tunai dan menggunakan transportasi lainnya.. Hal inilah yang mengakibatkan masalah seperti ketimpangan sehingga masyarakat lebih memilih menggunakan GO-JEK dengan pembayaran Go-Pay.

Resiko lain yang berpotensi muncul adalah resiko tentang teknologi. Dompot teknologi termasuk teknologi yang belum banyak digunakan meskipun pengguna telah cukup mengenal berbagai metode pembayaran elektronik. Resiko yang mungkin dalam penerapan teknologi adalah kejahatan dalam teknologi itu sendiri. Mengingat perkembangan teknologi yang pesat saat ini.

Meski memiliki resiko dalam penerapan dompet elektronik, nama besar perusahaan GO-JEK berpengaruh dalam meningkatkan layanan yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut. Dengan kata lain, nama GO-JEK memberi kontribusi terhadap familiaritas layanan yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut. GO-JEK bekerja sama dengan beberapa bank untuk mengatasi keamanan dan menganggulangi resiko yang mungkin terjadi dalam pembayaran menggunakan Go-Pay. Sehingga kepercayaan menjadi salah satu unsur yang mendorong konsumen untuk percaya dalam menggunakan sebuah teknologi seperti Go-Pay.

Terlepas dari pesatnya sebuah inovasi produk, perusahaan harus tetap mengenal mendalam para konsumennya. Pemahaman terhadap para konsumen akan turut serta menemtukan pencapaian kinerja maksimal dari perusahaan dalam



melakukan pengembangan terhadap produk yang ditawarkan untuk konsumen<sup>8</sup>. Perilaku konsumen dalam memilih suatu produk untuk memenuhi kebutuhannya adalah hal yang penting untuk diteliti oleh perusahaan. Sebab jika perusahaan mengetahui perilaku konsumen, maka perusahaan akan menyesuaikan inovasi barang atau jasa yang akan dibuat untuk konsumen tersebut. Sehingga dengan demikian, apa yang dibuat oleh perusahaan akan menjadi tepat guna bagi konsumennya.

Meskipun GO-JEK telah dilengkapi dengan sistem pembayaran dompet virtual yaitu Go-Pay, tidak sedikit pengguna GO-JEK yang masih memilih metode pembayaran tunai dengan berbagai alasan. Hal ini memunculkan pertanyaan tentang Go-Pay. apakah kehadiran Go-Pay dalam GO-JEK dapat diterima oleh konsumen sebagai kemajuan teknologiii yang harus ada dalam era modern ini, dan apakah adanya pembayaran Go-Pay mempengaruhi permintaan konsumen akan fitur Go-JEK.

Berdasarkan hasil penelitian Yosua Arent Lonardo dan Anton Arisman, persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan aplikasi serta persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat menggunakan aplikasi Go-Pay. Hal ini menunjukkan bahwa semakin mudah konsumen menggunakan aplikasi dan semakin konsumen merasakan manfaat dalam menggunakan layanan Go-Pay maka minat konsumen akan meningkat<sup>9</sup>.

---

<sup>8</sup>Nelwan, E. F, “*Analisis Faktor Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah menggunakan Layanan BNI New Internet Banking dengan Menggunakan Model TAM*”. Jurnal Riset dan Managemen. 2015 hal 25–43

<sup>9</sup>Yosua Arent Lonardo Aritonang dan Anton Arisman, “*Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan E-Money( Studi Kasus pada Pengguna Go-Pay)*”, 2016

Berdasarkan hasil penelitian Li-Min Chuang et.al tentang *Fintech* dengan menggunakan model TAM diperoleh bahwa penting memahami perilaku untuk menggunakan layanan *Fintech*. Hasil penelitian menunjukkan suatu merek dan kepercayaan signifikan dan positif pada sikap menggunakan layanan *Fintech*. Karena persepsi kebermanfaatan signifikan dan positif pada sikap penggunaannya. Seseorang akan menggunakan suatu layanan jika merasa percaya akan layanan tersebut, mendapatkan kemanfaatan serta mudah dalam melakukannya<sup>10</sup>.

*Technology Acceptance Model* (TAM adalah model yang paling banyak digunakan untuk melihat apakah suatu teknologi dapat diterima oleh pengguna. Menurut Davis F.D, model dasar TAM menyatakan *Perceived Ease Of Use* (Persepsi Kemudahan) dan *Perceived Usefulness* (Persepsi Kebermanfaatan) adalah faktor utama yang mempengaruhi niat untuk menggunakan teknologi<sup>11</sup>.

Meskipun GO-JEK telah melengkapi sistem pembayaran dengan fitur pembayaran virtual yakni Go-Pay, tidak sedikit pengguna GO-JEK yang masih menggunakan metode pembayaran tunai dengan berbagai alasan. Hal ini menimbulkan pertanyaan yang mendasar tentang kemunculan Go-Pay. Apakah kehadiran fitur Go-Pay dalam GO-JEK dapat diterima oleh konsumen sebagai kemajuan teknologi yang harus ada dalam era modern saat ini, dan apakah adanya fitur Go-Pay mempengaruhi permintaan akan GO-JEK.

Penambahan variabel harga dikarenakan Go-Pay sebagai layanan pembayaran memberikan harga yang murah dibandingkan pembayaran tunai dan dibandingkan

---

<sup>10</sup>Li-Min Chuang, Chun-Chu Liu dan Hsiao-Kuang Kao, "The adoption of *Fintech* Service; TAM Perspective", *International Journal of Management and Administrative Science*, Vo.3, No.07, 2015

<sup>11</sup>Venkatesh, V., & Bala, H, "Technology acceptance model 3 and a research agenda on intervention". *Decision Sciences*, 39 (2), 2008, hal 273–315

denan menggunakan transportasi umum lainnya. Diharapkan dari hasil temuan yang ada mampu memberikan gambaran dan menjadi masukan bagi pemerintah, pengusaha dan masyarakat pada umumnya.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka masalah diidentifikasi sebagai berikut:

1. Pengaruh harga pada fitur Go-Pay terhadap permintaan GO-JEK.
2. Pengaruh persepsi kemudahan pada fitur Go-Pay terhadap permintaan GO-JEK.
3. Pengaruh persepsi kebermanfaatan pada fitur Go-Pay terhadap permintaan GO-JEK.
4. Pengaruh resiko pada fitur Go-Pay terhadap permintaan GO-JEK
5. Pengaruh kepercayaan pada fitur Go-Pay terhadap permintaan GO-JEK

## **C. Pembatasan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah dan identifikasi masalah, maka peneliti membatasi masalah pada **“Analisis Pengaruh Fitur Go-Pay terhadap Permintaan GO-JEK di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta”**.

#### **D. Perumusan Masalah**

Bersadarkan uraian latar belakang masalah, identifikasi masalah, dan pembatasan masalah, maka permasalahan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah persepsi kemudahan menggunakan fitur Go-Pay berpengaruh signifikan terhadap permintaan GO-JEK?
2. Apakah persepsi kebermanfaatan menggunakan fitur Go-Pay berpengaruh signifikan terhadap permintaan GO-JEK?
3. Apakah persepsi kemudahan dan persepsi kebermanfaatan menggunakan fitur Go-Pay berpengaruh signifikan terhadap permintaan GOJEK?

#### **E. Kegunaan Penelitian**

Dengan dilakukan penelitian ini diharapkan Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk beberapa pihak, yakni sebagai berikut:

##### **1. Bagi PT. GO-JEK Indonesia**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan saran dan gambaran kepada PT. GO-JEK Indonesia sebagai bahan penilaian terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi baik buruknya sistem pembayaran yang disediakan untuk memberikan kemudahan kepada pelanggan. Sehingga dapat mengetahui apakah fitur Go-Pay dapat mempengaruhi permintaan konsumen akan GO-JEK

## **2. Bagi Universitas Negeri Jakarta**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi sehingga memberi wawasan bagi mahasiswa Universitas Negeri Jakarta mengenai pengaruh penggunaan fitur Go-Pay terhadap permintaan GO-JEK.

## **3. Bagi Peneliti Selanjutnya**

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai pengetahuan baru berupa persepsi dan faktor dalam menggunakan fitur Go-pay terhadap permintaan GO-JEK dan dijadikan sebagai rujukan bagi penelitian lainnya yang ingin melakukan penelitian dengan topik dan konstruk yang sama.