

BAB I

PENDAHULUAN

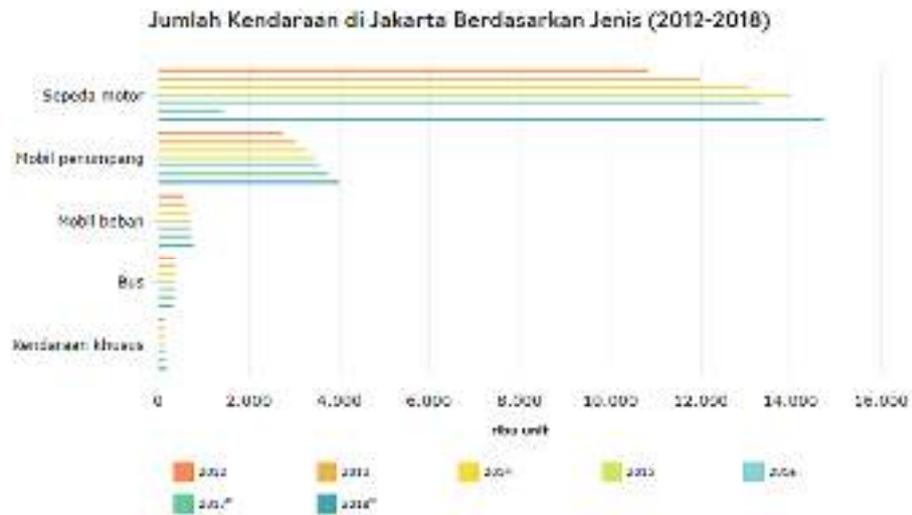
1.1. Latar Belakang

Di era sekarang, perubahan gaya hidup mendorong masyarakat modern menjadi masyarakat yang lebih bergantung pada hasil produksi orang lain atau lebih konsumtif. Hal ini disebabkan karena masyarakat membutuhkan kemudahan dalam segala hal dengan cara yang lebih praktis, sehingga dapat mempersingkat waktu dan tidak mengganggu pekerjaan yang lainnya. Dengan perubahan gaya hidup yang konsumtif atau bergantung pada produksi orang lain, sangat terlihat pada generasi modern atau generasi-generasi modern atau seringkali disebut dengan generasi milenial. Generasi Y atau lebih dikenal dengan Millennials adalah dimana generasi baru (berkisar dari tahun 1980-2000an) yang lahir setelah generasi X (Rumah Millennials, para. 2). Jadi, generasi ini dapat tergolong generasi yang masih muda yaitu perkiraan umur 39-19 tahun. Pada umumnya, generasi ini menggunakan moderenisasi untuk membentuk tampilan atau produk yang menarik sehingga perkembangan generasi ini semakin hari semakin lebih baik. Tidak hanya itu, generasi milenial juga memiliki sifat penasaran terhadap segala sesuatu dan mengatasinya dengan berbagai cara.

Dengan mengetahui berbagai masalah yang dalam generasi ini, maka dapat memberikan nilai tambah bagi para pebisnis teknologi untuk mengembangkan inovasi baru untuk para milenial. Berbagai ide dan inovasi yang muncul membuat para pebisnis semakin bersaing dengan ketat. Selain itu, generasi modern atau generasi milenial ini juga lebih tertarik memanfaatkan teknologi untuk kehidupan sehari-hari seperti halnya menggunakan transportasi berbasis *online*.

Seperti yang diketahui, transportasi berperan cukup penting dalam pemenuhan kebutuhan manusia. Transportasi adalah alat yang dapat mengangkut atau memindahkan manusia ataupun benda dari suatu tempat ke tempat lain. Sedangkan *online* adalah hanya sebuah istilah yang digunakan ketika para pengguna teknologi terhubung dengan internet. Salah satu alat transportasi yang

mudah untuk digunakan yaitu transportasi darat seperti, mobil, motor, dan transportasi umum.



Gambar 1.1

Pengguna Kendaraan di Jakarta

Sumber : Widowati, 2019

Berdasarkan databoks (Widowati, 2019), kendaraan yang digunakan oleh transportasi *online* cenderung meningkat tiap tahunnya dibandingkan dengan transportasi umum yang kurang adanya peningkatan. Hal ini menjadi salah satu bukti bahwa adanya peningkatan minat dalam penggunaan transportasi pribadi atau transportasi *online*. Adapun penurunan minat dalam menggunakan transportasi umum ialah sangat menyusahkan para pengguna karena memiliki rute jalan apalagi ketika berpergian ke kota besar. Selain susah untuk dipahami, terkadang transportasi umum juga memiliki kondisi yang tidak nyaman dan kurang bersih. Dari masalah transportasi dan adanya perkembangan teknologi mendorong terbentuknya bisnis transportasi berbasis *online*. Adanya perkembangan ini menambah hal positif dan penggunaannya sangat mudah dalam kehidupan sehari-hari.

Transportasi *online* adalah aplikasi yang menghubungkan antara pelanggan atau pengguna dari aplikasi tersebut dan pengemudi transportasi yang dimana memudahkan cara pemesanan, serta telah menghitung tarif perjalanan tersebut. Pemesanan transportasi *online* dapat dilakukan dengan menggunakan aplikasi di

smartphone. Manfaat yang didapatkan dalam menggunakan transportasi *online* ini adalah pertama, kegiatan menjadi lebih cepat dan praktis. Dengan adanya aplikasi transportasi *online* di *smartphone*, sangat memudahkan penggunanya dalam memesan jasa layanan ini sehingga tidak perlu menunggu lama ataupun mencari kendaraan umum di luar rumah. Selain itu, aplikasi tersebut telah dilengkapi dengan saldo sehingga memberi kemudahan bagi para pengguna dalam melakukan pembayaran. Kedua, tarif atau harga yang ditawarkan sangat terjangkau. Perusahaan transportasi *online* telah menetapkan tarif berdasarkan hitungan per kilometer. Bahkan harga yang didapatkan seringkali lebih terjangkau dibandingkan menggunakan transportasi umum. Ketiga, keamanan yang lebih terpercaya. Dengan adanya beberapa data yang tertera di aplikasi dapat mengurangi resiko kerugian. Selain itu, adanya catatan histori perjalanan sehingga terdapat bukti. Salah satu contoh transportasi *online* adalah Gojek. Tidak hanya memudahkan para penggunanya, namun dengan adanya transportasi *online* dapat mempercepat aktivitas dari generasi milenial.

Gojek merupakan salah satu perusahaan asal Indonesia yang menyediakan jasa pelayanan ojek dengan menggunakan teknologi yang berkembang. Ide Gojek muncul berdasarkan pengalaman dari pendirinya yaitu Nadiem Marakim. Sebagai pengguna ojek, ia melihat masalah yang ada seperti beberapa pengemudi ojek yang menghabiskan sebagian besar waktu yang dimilikinya hanya untuk menunggu para penumpang. Awalnya ia membuat Gojek dengan menggunakan panggilan telepon. Namun seiring berkembangnya teknologi yang menjadi gaya hidup masyarakat, maka ia membuat aplikasi modern di *smartphone* yang dapat digunakan semua orang.

Dengan kesuksesan yang didapatkan oleh Gojek, ia juga memberikan kontribusi berkisar Rp 9,9 triliun setiap tahunnya kepada perekonomian di Indonesia. Pernyataan ini dapat diketahui berdasarkan hasil penelitian atau pencarian dari Lembaga Demografi Fakultas Ekonomi dan Bisnis UI pada tahun 2017. Dengan kontribusi yang diperoleh, telah membuktikan bahwa bisnis Gojek menjadi salah satu aplikasi yang berhasil memikat para milenial. Tidak hanya itu, menurut Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat bahwa terdapat 142 juta dari 268 juta jiwa penduduk di Indonesia yang telah mengunduh aplikasi Gojek dan terdapat

lebih dari 2 juta pengemudi pada Maret 2019 (Hastuti, R. K, 2019, para. 3). Hal ini menandakan bahwa sebagian besar masyarakat Indonesia telah menjadi pengguna aktif dan juga telah menjadi pelanggan dari aplikasi Gojek.

Adanya peningkatan penggunaan transportasi *online* seperti Gojek dikarenakan pelayanan dan kualitas yang memuaskan, serta harga yang diberikan sangat terjangkau. Contoh pelayanan yang dimaksud adalah pengemudi menyapa dan berbicara dengan ramah kepada pelanggan. Hal ini terbukti didapatkan dari pengguna transportasi *online* yang secara umum memberikan alasan mereka menyukai transportasi ini. Beberapa alasan tersebut adalah transportasi ini murah (84,1%), cepat (81,9%), nyaman (78,8%), dan aman (61,4%) (Praditya, 2017). Tidak hanya pelayanan atau harga yang penting dari Gojek, namun ada beberapa permasalahan lain seperti kenyamanan dalam berkendara juga menjadi hal yang harus diperhatikan. Seringkali pengemudi kurang memperhatikan peraturan rambu lalu lintas atau kecepatan dalam berkendara sehingga membuat pelanggan merasa kurang nyaman dan tidak mementingkan keselamatan pelanggannya. Selain itu, penampilan dari Gojek juga bisa menjadi permasalahan seperti jaket dari pengemudi yang sudah kurang layak pakai atau pakaian dari para pengemudi yang kurang harum dapat mengganggu pelanggan. Dengan adanya perkembangan transportasi *online* membuat transportasi umum lainnya mengalami penurunan minat penggunaannya. Kejadian ini dapat menyebabkan hal yang tidak diinginkan pun dapat terjadi seperti transportasi umum lainnya melakukan demo besar-besaran. Dari kejadian ini menimbulkan adanya pandangan atau persepsi yang berbeda-beda.

1.2. Identifikasi Masalah

Ada berbagai cara untuk memuaskan konsumen, salah satu caranya adalah memberikan pelayanan dengan sebaik-baiknya. Seperti yang banyak orang percayai, kepuasan dari konsumen menjadi salah satu hal yang wajib diperhatikan dalam berbisnis. Maka dari itu, kepuasan konsumen didasari oleh kualitas pelayanan yang baik. Berdasarkan fenomena atau permasalahan yang telah disebutkan diatas terdapat perbedaan kepuasan konsumen antara transportasi umum dan transportasi *online*. Berbagai konsumen berspekulasi bahwa dengan adanya pilihan transportasi *online* dapat menjadi solusi yang sangat menguntungkan bagi

para masyarakat terlebih milenial. Namun dari beberapa kelebihan yang ada, transportasi *online* memiliki kekurangan seperti kesulitan dalam mengorder dan harga melonjak naik ketika cuaca yang buruk ataupun kesulitan dalam menjelaskan titik lokasi jika tidak sesuai. Tentunya hal ini menjadi perdebatan karena berbanding terbalik dengan transportasi umum (memiliki harga yang sama walaupun cuaca yang buruk dan lokasi penjemputan yang jelas). Sehingga dapat diidentifikasi beberapa fenomena atau permasalahan sebagai berikut:

1. Persepsi atau pandangan milenial dalam menggunakan gojek
2. Preferensi milenial dalam menggunakan gojek
3. Faktor harga mempengaruhi keputusan dalam menggunakan gojek
4. Faktor pelayanan mempengaruhi keputusan dalam menggunakan gojek
5. Faktor kenyamanan mempengaruhi keputusan dalam menggunakan gojek

1.3. Batasan Masalah

Dalam melakukan penelitian seringkali tema atau topik yang dibawakan oleh peneliti bersifat luas dan beragam. Maka dari itu, mengingat pentingnya membatasi masalah dari penelitian ini maka peneliti dapat lebih memfokuskan mengenai topik yang akan dibahas. Dengan demikian, peneliti membatasi ruang lingkup dan berfokus dalam menganalisis persepsi milenial dalam menggunakan transportasi *online* khususnya Gojek.

1.4. Rumusan Masalah

Rumusan masalah menjelaskan mengenai permasalahan yang akan diselesaikan melalui penelitian ini. Berdasarkan batasan masalah diatas, maka perumusan masalah ialah sebagai berikut:

1. Bagaimana persepsi atau pendapat milenial dalam menggunakan Gojek?

1.5. Tujuan

Dalam melakukan penelitian tentunya memiliki tujuan yang ingin didapatkan. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk menganalisis persepsi dari milenial dalam menggunakan Gojek.