

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Transportasi menjadi salah satu unsur terpenting dalam perkembangan suatu negara, karena keberadaan transportasi menjadi dasar yang menunjang perkembangan masyarakat, pembangunan di bidang perekonomian serta pertumbuhan pada industri. Transportasi berfungsi untuk menggerakkan dan atau memindahkan manusia serta barang dari satu titik geografis ke titik lainnya dengan menggunakan sistem tertentu yang juga mempunyai maksud dan tujuan tertentu. Sehingga perkembangan transportasi dapat memaksimalkan kegiatan perekonomian dan pembangunan di suatu daerah (Fatimah, 2019). Semua perkembangan tidak terlepas dari adanya perkembangan teknologi di bidang transportasi. Sampai sekarang segala upaya dilakukan agar keberadaan teknologi transportasi ini dapat meningkatkan efektivitas dan efisiensi bagi manusia. (Karim, dkk 2023). Dijelaskan oleh (Azis, 2018) bahwa perkembangan teknologi dalam bidang transportasi adalah bentuk lanjutan dari pilihan orang untuk memudahkan pergerakan dalam memenuhi kebutuhan hidup.

Menurut (Wahyusetyawati, 2017) transportasi *online* merupakan salah satu contoh perkembangan teknologi berbasis aplikasi yang disambut cukup baik pada awal kemunculannya di Indonesia karena dianggap sebagai salah satu inovasi terbaik. Transportasi *online* hadir dengan menawarkan kemudahan, biaya yang lebih murah, kenyamanan dan keamanan yang lebih terjamin.

(Riandiatmi & Joewono, 2019) dalam penelitian yang dilakukan di Kota Bandung menyebutkan bahwa responden secara umum lebih mengunggulkan transportasi *online* dari seluruh aspek layanan. (Permana, 2021) berpendapat bahwa kondisi lingkungan bisnis transportasi *online* kini tidak hanya berfungsi untuk menyediakan transportasi saja tetapi juga menjadi jasa pengiriman barang. Dimana bisa menjadi bahan yang menarik untuk diteliti dari macam-macam

kelebihan dan kekurangannya. Dalam beberapa tahun terakhir fitur ini pun bisa dikatakan teknologi baru untuk masyarakat, di mana akan memunculkan berbagai macam penyebab yang memengaruhi penentuan konsumen dalam menggunakan jasa pengiriman barang pada aplikasi transportasi *online*.

Menurut (Kartika, 2020) dalam penelitiannya di Kota Bandung menyebutkan bahwa layanan atau fitur pengiriman barang menempati posisi kedua sebagai fitur andalan bagi pengguna salah satu aplikasi transportasi *online* pada masa pandemi. Dengan pemesanan yang mudah dan praktis tanpa harus keluar rumah untuk mengantarkan barang kepada orang yang dituju (keluarga, teman, atau rekan bisnis). Fitur ini lebih sering digunakan oleh narasumber atau konsumen yang memiliki bisnis. Bisnis kuliner, bisnis *online* dan bisnis lainnya yang mengharuskan narasumber untuk melakukan pengiriman barang kepada pembeli sesama kota atau daerah. Hal tersebut yang menyebabkan fitur ini menjadi pilihan kedua yang dominan karena dirasa dapat menghemat waktu dan tenaga. Sehingga penelitian ini ingin melihat bagaimana penggunaan fitur pengiriman barang di masa yang akan datang dengan melihat niat masyarakat Kota Bandung untuk menggunakan fitur pengiriman barang pada aplikasi transportasi *online*.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Saraswati & Rahyuda, 2021) dijelaskan bahwa *perceived easy of use* dan *trust* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *repurchase intention* pada pengguna aplikasi shopee di Kota Denpasar. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi seseorang terhadap penggunaan aplikasi yang semakin baik akan berdampak terhadap perilaku *intention*, hal yang sama pun terjadi pada variabel *trust* bahwa semakin baik kepercayaan seseorang terhadap suatu produk atau layanan maka semakin tinggi keinginan atau niat untuk kembali menggunakan.

1.2 Rumusan Masalah

Oleh sebab itu berdasarkan penelitian terdahulu yang mengungkapkan bahwa di Kota Bandung pengguna transportasi *online* mengunggulkan layanan

fitur pengiriman barang, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana kemudahan penggunaan (*easy of use*) fitur pengiriman barang melalui aplikasi transportasi *online*?
2. Bagaimana kepercayaan (*trust*) pengguna ketika menggunakan fitur pengiriman barang melalui aplikasi transportasi *online*?
3. Bagaimana niat (*intention*) pengguna untuk tetap menggunakan fitur pengiriman barang melalui aplikasi transportasi *online*?
4. Bagaimana pengaruh *easy of use* dan *trust* terhadap *intention* (niat) untuk menggunakan fitur pengiriman barang melalui aplikasi transportasi *online*?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang dikemukakan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk memahami pengaruh kemudahan dan kepercayaan terhadap niat untuk menggunakan fitur pengiriman barang pada aplikasi transportasi *online*.

1. Memahami kemudahan penggunaan (*easy of use*) fitur pengiriman barang melalui aplikasi transportasi *online*.
2. Memahami kepercayaan (*trust*) pengguna ketika menggunakan fitur pengiriman barang melalui aplikasi transportasi *online*.
3. Memahami niat (*intention*) pengguna untuk tetap menggunakan fitur pengiriman barang melalui aplikasi transportasi *online*.
4. Memahami pengaruh *easy of use* dan *trust* terhadap *intention* (niat) untuk menggunakan fitur pengiriman barang melalui aplikasi transportasi *online*.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah untuk memberikan masukan kepada pemerintah terkait *demand* masyarakat terhadap penggunaan fitur pengiriman barang sehingga dapat menjadi acuan untuk perencanaan transportasi di masa depan. Dan juga untuk memberikan gambaran terkait indikator yang memengaruhi

masyarakat menggunakan fitur pengiriman barang pada aplikasi transportasi *online*.

1.6 Ruang Lingkup

Pada sub bab ini akan dijelaskan mengenai ruang lingkup studi penelitian yang terdiri dari ruang lingkup materi dan ruang lingkup wilayah.

1.6.1 Ruang Lingkup Materi

1. Niat (*Intention*)

Menurut (Jogiyanto, 2007) niat adalah keadaan dimana seseorang berminat atau mempunyai keinginan untuk melakukan suatu perilaku tertentu. (Rekarti & Hertina, 2014) menjelaskan minat terhadap menggunakan adalah niat, umumnya didefinisikan sebagai keinginan mendalam untuk melakukan sesuatu yang disukai. Seseorang yang mengetahui informasi tentang sebuah situs *online* bisa membuatnya tertarik untuk melakukan sesuatu yang berhubungan dengan hal yang menimbulkan rasa ketertarikan. Menurut (Kotler & Armstrong, 2016) konsumen bisa membentuk minat pembelian dan penggunaan berdasarkan faktor-faktor seperti pendapatan yang diharapkan, harga yang diharapkan, dan produk yang diharapkan manfaat.

2. Kemudahan Digunakan (*Easy of use*)

Kemudahan penggunaan adalah tingkat atau situasi di mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu tidak memerlukan usaha apapun (bebas usaha). Intensitas penggunaan dan interaksi antara pengguna dan sistem juga dapat menunjukkan kemudahan penggunaan. Persepsi kemudahan-kemudahan dapat diukur dengan indikator-indikator berikut: mudah dipelajari, mudah bagi pengguna, dan mudah dioperasikan. (Gunawan dkk, 2019). Kemudahan pengguna yang dirasakan didefinisikan sebagai tingkat kepercayaan individu bahwa menggunakan teknologi baru akan bebas dari kesulitan (Davis, 1989).

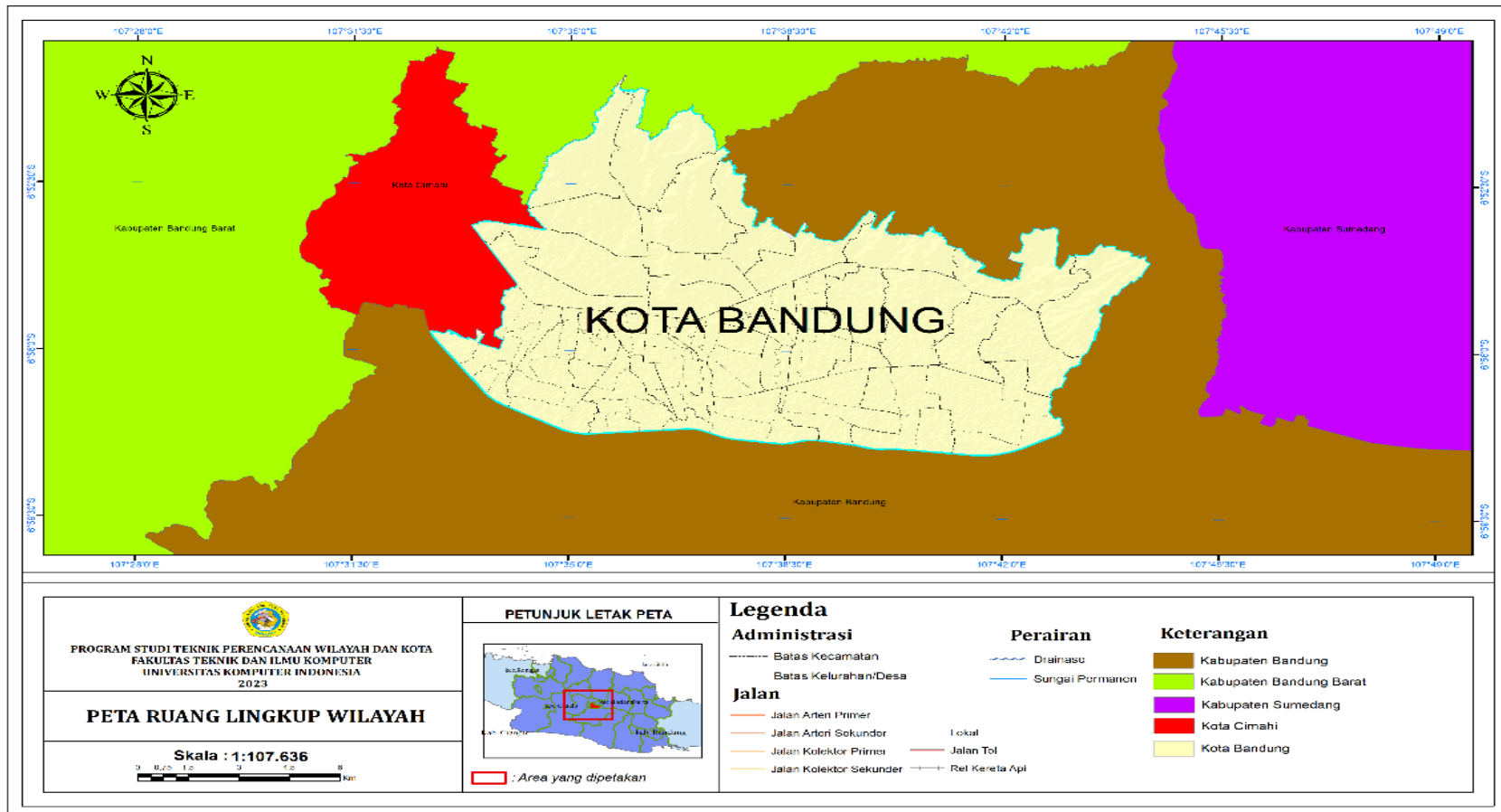
3. Kepercayaan (*Trust*)

Kepercayaan adalah kemauan konsumen yang bergantung pada pihak lain dan menjadi rentan terhadap tindakan pihak lain selama proses tertentu, dengan harapan pihak lain akan menerima penerimaannya praktek dan akan mampu menyediakan produk dan layanan yang mereka janjikan (Budiantara dkk, 2019). Menurut (Kotler & Armstrong, 2016) kepercayaan merupakan pemikiran deskriptif yang seseorang miliki tentang sesuatu. Kepercayaan mungkin didasarkan pada pengetahuan nyata, pendapat, atau keyakinan dan mungkin tidak menimbulkan emosi.

1.6.2 Ruang Lingkup Wilayah

Ruang lingkup wilayah pada penelitian ini merupakan tempat tinggal responden dalam penelitian ini yaitu Kota Bandung. Kota Bandung terletak di antara 107°36' Bujur Timur dan 6°55' Lintang Selatan. Luas wilayah Kota Bandung adalah 16.729,65 Ha yang terbagi menjadi 30 kecamatan dan mencakup 151 kelurahan. Kota Bandung berbatasan dengan beberapa daerah Kabupaten/Kota lainnya, yaitu:

- a. Utara : Kabupaten Bandung dan Kabupaten Bandung Barat
- b. Barat : Kabupaten Bandung Barat dan Kota Cimahi
- c. Timur : Kabupaten Bandung
- d. Selatan : Kabupaten Bandung



Sumber: Modifikasi dari SHP Peta Dasar Provinsi Jawa Barat

Gambar 1.1 Peta Ruang Lingkup Wilayah Penelitian

1.7 Metodologi

Metodologi yang akan diuraikan pada penelitian ini adalah menentukan variabel penelitian, penentuan jumlah sampel kuesioner, metode pengumpulan data dan metode analisis data.

1.7.1 Variabel Penelitian

Variabel yang dianalisis pada penelitian ini adalah *easy of use trust*, dan *intention* pengguna aplikasi transportasi *online* untuk menggunakan fitur pengiriman barang di dalam aplikasi transportasi *online*. Semua variabel adalah variabel laten, sehingga membutuhkan indikator untuk mengukurnya. Seperti halnya variabel, indikator juga ditentukan berdasarkan kajian hasil penelitian sebelumnya. Ketiga variabel dan indikatornya dapat dilihat pada Tabel 1.1

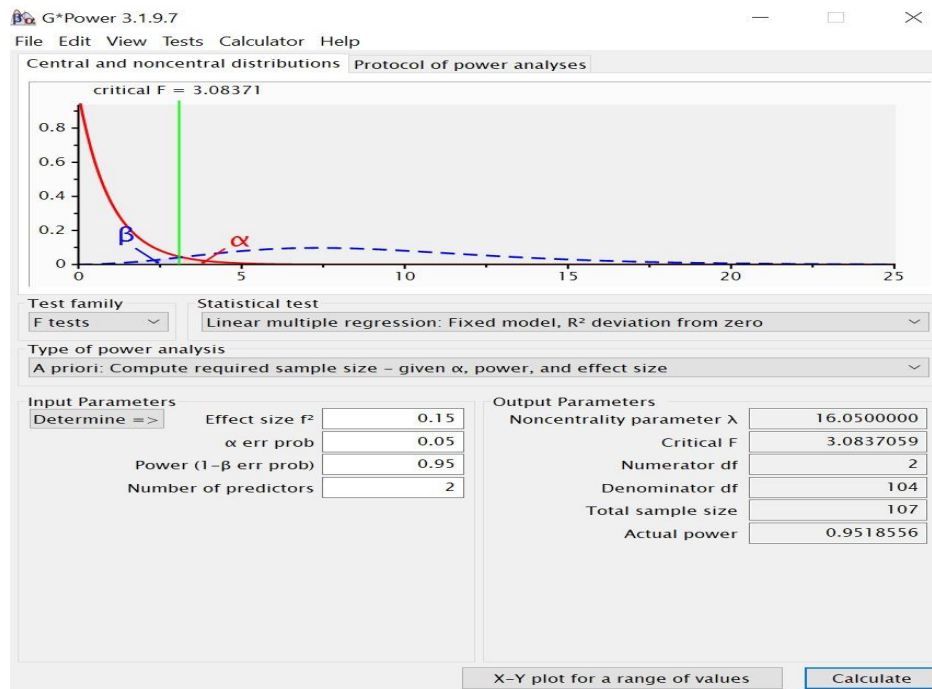
Tabel 1.1 Variabel Penelitian

No	Variabel	Indikator	Keterangan
1	<i>Easy of use</i> (EOU)	<ul style="list-style-type: none"> Mudah dipahami (EOU1) Sesuai yang diinginkan (EOU2) Mudah dipelajari (EOU3) Mudah di unduh (EOU4) Tidak perlu banyak usaha (EOU5) Secara keseluruhan mudah (EOU6) 	Somang Min, Kevin Kam Fung So & Miyoung Jeong (2019)
2	<i>Trust</i> (T)	<ul style="list-style-type: none"> Dapat dipercaya (T1) Lebih aman (T2) 	Najib, M., & Fahma, F. (2020).
		<ul style="list-style-type: none"> Privasi terlindungi(T3) Dapat diandalkan (T4) 	An, S., Eck, T., & Yim, H. (2023)
3	<i>Intention</i> (I)	<ul style="list-style-type: none"> Berniat terus menggunakan (I1) Akan selalu menggunakan (I2) Berencana untuk terus menggunakan (I3) 	Rafique, H., Almagrabi, A. O., Shamim, A., Anwar, F., & Bashir, A. K. (2020).
		<ul style="list-style-type: none"> Merekomendasikan kepada orang lain (I4) 	Niu, Z., Hu, X., Qi, S., Yang, H., Wang, S., & An, S. (2021)
		<ul style="list-style-type: none"> Sangat mungkin menggunakan (I5) 	Bramantyo, P. D., & Utami, C. W. (2022).

Sumber: Kajian Literatur, 2023

1.7.2 Penentuan Jumlah Sampel

Menurut Sugiyono (2013) populasi adalah wilayah generalisasi terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu. Nazir (2014) mengatakan bahwa populasi adalah berkenaan dengan data, bukan orang atau bendanya. Riduwan dan Akdon (2020) mendefinisikan populasi adalah keseluruhan dari karakteristik atau unit hasil pengukuran yang menjadi objek penelitian atau objek populasi yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat syarat tertentu berkaitan dengan masalah penelitian. Sugiyono (2004) memberikan pengertian bahwa sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sampel adalah bagian dari populasi yang mempunyai ciri ciri atau keadaan tertentu yang akan diteliti. Karena tidak semua data dan informasi akan di proses dan tidak semua orang atau benda akan di teliti melainkan cukup dengan sampel yang mewakilinya (Riduwan dan Akdon 2020). Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan teknik penentuan sampel menggunakan *insidental sampling* dan jumlah sampel dalam penelitian ini dihitung menggunakan *software G*Power* seperti pada gambar berikut ini.



Sumber: Hasil Analisis, 2023

Gambar 1.2 Pengambilan Sampel

Berdasarkan hasil perhitungan dari *software* G*Power maka jumlah sampel minimal yang harus dikumpulkan untuk dianalisis dalam penelitian ini adalah 107.

1.7.3 Metode Pengumpulan Data

Data yang dibutuhkan untuk dianalisis pada penelitian adalah data primer. Alat yang digunakan untuk pengumpulan data primer adalah kuesioner. Pernyataan yang ada dalam kuesioner berdasarkan pada indikator penelitian dan pengukuran menggunakan skala likert 1-5 dan 1-6, skala terkecil 1 artinya responden merasa sangat tidak setuju terhadap pernyataan dan skala terbesar 5 atau 6 artinya responden merasa sangat setuju terhadap pernyataan. Untuk pernyataan pada variabel *trust* dan *intention* menggunakan skala likert 1-5, dan untuk pernyataan pada variabel *easy of use* menggunakan skala likert 1-6. Perbedaan skala pengukuran pada penelitian ini bertujuan untuk menghindari bias jawaban responden, hal ini sejalan dengan yang di sampaikan (Cabooter dkk., 2016) bahwa menggunakan skala respon yang berbeda secara efektif dapat

mengurangi ambiguitas item. Pernyataan pada indikator penelitian merupakan hasil kajian literatur yang diuraikan lebih rinci pada bab II.

Tabel 1.2 Indikator Penelitian

No	Variabel	Indikator	Skala Likert
1	<i>Easy of use</i> (EOU)	<ul style="list-style-type: none"> • Mudah dipahami (EOU1) • Sesuai yang diinginkan (EOU2) • Mudah dipelajari (EOU3) • Mudah di unduh (EOU4) • Tidak perlu banyak usaha (EOU5) • Secara keseluruhan mudah (EOU6) 	1-6
2	<i>Trust</i> (T)	<ul style="list-style-type: none"> • Dapat dipercaya (T1) • Lebih aman (T2) • Privasi terlindungi(T3) • Dapat diandalkan (T4) 	1-5
3	<i>Intention</i> (I)	<ul style="list-style-type: none"> • Berniat terus menggunakan (I1) • Akan selalu menggunakan (I2) • Berencana untuk terus menggunakan (I3) • Merekomendasikan kepada orang lain (I4) • Sangat mungkin menggunakan (I5) 	1-6

Sumber: Hasil Kajian Literatur, 2023

Kuesioner pada penelitian ini berbentuk formulir *online* dengan menggunakan aplikasi *google form* yang disebarakan baik secara daring. Penyebaran kuesioner dimulai dari tanggal 24 agustus sampai 31 agustus, penyebaran dilakukan melalui media social *Whastapp* dan Instagram dengan membagikan *link* serta *flyer* yang berisi *QR code* sehingga kuesioner dapat diakses, kuesioner pada penelitian ini dapat dilihat pada Lampiran A.

1.7.4 Metode Analisis Data

Setelah data yang diperlukan berhasil diperoleh melalui penyebaran kuesioner, maka berikutnya ialah melakukan analisis data. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kuantitatif. Metode analisis kuantitatif dalam penelitian ini adalah menggunakan statistik deskriptif dan *Structural Equation Model* (SEM). Dalam menganalisis

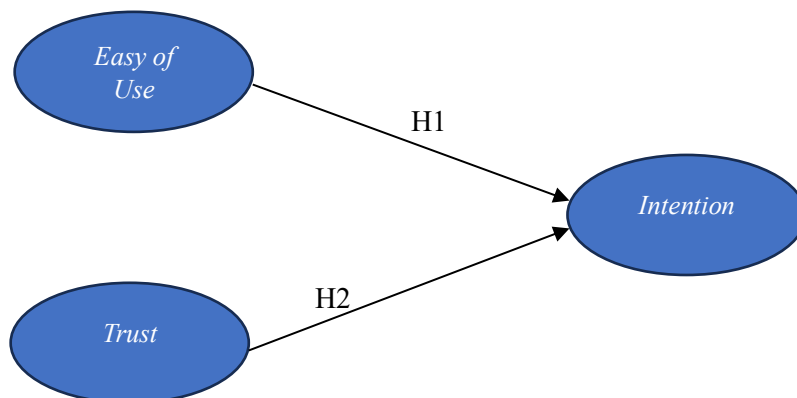
pengaruh antar variabel menggunakan *software Analysis of Moment Structur* (AMOS) 22. Adapun metode analisis data berdasarkan tujuan penelitian dapat di lihat pada tabel berikut.

Tabel 1.3 Metode Analisis Data

No	Sasaran Penelitian	Metode Analisis Data
1	Memahami kemudahan penggunaan (<i>easy of use</i>) fitur pengiriman barang melalui aplikasi transportasi <i>online</i> ?	Statistik Deskriptif
2	Memahami kepercayaan (<i>trust</i>) pengguna ketika menggunakan fitur pengiriman barang melalui aplikasi transportasi <i>online</i> ?	
3	Memahami niat (<i>intention</i>) pengguna untuk tetap menggunakan fitur pengiriman barang melalui aplikasi transportasi <i>online</i> ?	
4	Memahami pengaruh <i>easy of use</i> dan <i>trust</i> terhadap <i>intention</i> (niat) untuk menggunakan fitur pengiriman barang melalui aplikasi transportasi <i>online</i> ?	<i>Structural Equation Model</i> (SEM)

Sumber: Kajian Literatur, 2023

Mengingat terdapat sasaran penelitian yang menguji tentang pengaruh, maka model konseptual untuk penelitian ini adalah sebagai berikut.



Gambar 1.1 Model Konseptual

Dalam penelitian ini, ada 2 (dua) hipotesis yang akan diuji yaitu:

H1: *Easy of use* berpengaruh positif terhadap *Intention*

H2: *Trust* berpengaruh positif terhadap *Intention*

1.7 Sistematika Penulisan

Untuk memberikan suatu gambaran secara garis besar laporan skripsi ini maka akan dijelaskan mengenai sistematika penulisan laporan Skripsi yang terbagi menjadi 5 bab sebagai berikut.

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan sasaran, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian yang berisi ruang lingkup materi dan ruang lingkup wilayah. Dan metodologi penelitian yang akan digunakan serta sistematika penulisan penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan mengenai beberapa kajian teoritis mengenai penelitian serta studi terdahulu yang diharapkan dapat menjadi dasar dalam penyusunan serta pelaksanaan penulisan laporan ini.

BAB III GAMBARAN UMUM WILAYAH STUDI DAN KARAKTERISTIK RESPONDEN

Bab ini menjelaskan tentang gambaran umum Kota Bandung, fitur pengiriman barang dan karakteristik responden dalam penelitian ini.

BAB IV ANALISIS PENGARUH *EASY OF USE* DAN *TRUST* PADA *INTENTION* MENGGUNAKAN FITUR PENGIRIMAN BARANG

Bab ini menjelaskan mengenai analisis tentang *easy of use*, *trust*, *intention* untuk menggunakan fitur pengiriman barang melalui aplikasi transportasi *online* dan analisis pengaruh *easy of use* dan *trust* pada *intention*.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan mengenai hasil dari penelitian dan saran terkait hasil analisis.