

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini adalah tentang kajian teoretis mengenai transportasi *online*, kebijakan transportasi *online*, *intention*, *easy of use*, *trust*, *Structural Equation Model* (SEM) serta studi terdahulu yang diharapkan dapat menjadi dasar dalam penyusunan serta pelaksanaan penelitian ini.

2.1 Transportasi Online

Transportasi *online* adalah salah satu contoh pengembangan teknologi berbasis aplikasi disambut cukup baik di awal kemunculannya karena dianggap sebagai salah satu inovasi terbaik saat ini. Transportasi *online* muncul di tengah kondisi sistem transportasi di Indonesia yang belum tertata dengan baik. Beberapa perusahaan besar berlomba untuk membentuk perusahaan transportasi berbasis aplikasi *online*, beberapa di antaranya adalah Gojek, Grab maupun Uber. Bagi sebagian orang transportasi *online* merupakan solusi atas sistem transportasi yang masih buruk, namun di sisi lain merupakan masalah bagi orang-orang yang menggantungkan hidup dari jasa transportasi yang tidak mengandalkan teknologi. Transportasi *online* menawarkan kemudahan, biaya yang lebih murah, kenyamanan dan keamanan yang lebih terjamin, maka tidak mengherankan jika banyak orang yang beralih dari moda transportasi konvensional ke moda transportasi *online* (Wahyusetyawati 2017).

2.2 Kebijakan tentang Transportasi Online

Kebijakan terkait transportasi *online* berbasis aplikasi di Indonesia di atur dalam Peraturan Menteri Perhubungan Republik Indonesia No PM 118 Tahun 2018 Tentang Penyelenggaraan Angkutan Sewa Khusus. Pada bagian ke enam Penggunaan Aplikasi Berbasis *Online* disebutkan bahwa:

- a. Perusahaan Angkutan Sewa Khusus dapat menyelenggarakan aplikasi di bidang transportasi darat secara mandiri atau bekerjasama dengan Perusahaan Aplikasi. Perusahaan Aplikasi dilarang menetapkan tarif dan memberikan promosi tarif di bawah tarif batas bawah yang telah ditetapkan.

b. Perusahaan Aplikasi wajib:

1. Berbadan hukum Indonesia
2. Mengutamakan keselamatan dan keamanan transportasi
3. Memberikan perlindungan konsumen sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan
4. Memberikan akses *digital dashboard* kepada menteri atau gubernur sesuai dengan kewenangan
5. Memberikan akses aplikasi kepada pengemudi yang kendaraannya telah memiliki izin penyelenggaraan angkutan sewa khusus berupa kartu elektronik standar pelayanan
6. Bekerja sama dengan perusahaan angkutan sewa khusus yang telah memiliki izin penyelenggaraan angkutan sewa khusus dalam merekrut pengemudi
7. Membuka kantor cabang dan menunjuk penanggung jawab kantor cabang di kota sesuai dengan wilayah operasi.

2.3 Definisi Variabel Penelitian

1. *Intention* (Niat)

Niat didefinisikan oleh Jogiyanto (2007) sebagai keinginan untuk melakukan perilaku, niat tidak selalu statis, niat dapat berubah dengan berjalannya waktu. Umumnya, arti niat adalah dorongan untuk melakukan sesuatu. Dorongan ini dipengaruhi oleh banyak hal. Mungkin terjadi bahwa dorongan yang muncul itu berupa sebuah keterpaksaan, akibat kebosanan, karena kebutuhan, ataupun faktor lainnya. Segala sesuatu bisa terjadi, asalkan saja ada dorongan yang melatarbelakangi keinginan itu. Menurut Keller, niat konsumen adalah seberapa besar kemungkinan konsumen membeli suatu merek. Dikarenakan niat itu semakin meningkat, banyak produsen yang berharap konsumen-konsumen itu tidak sekedar terdorong untuk membeli, namun dorongan itu menjadi keinginan kuat dan akhirnya menjadi motivasi untuk membeli sesuatu.

2. *Easy of use* (Kemudahan Digunakan)

Jogiyanti (2007) berpendapat bahwa konstruk kemudahan digunakan (*perceived easy of use*) ini merupakan suatu bentuk kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi mudah digunakan maka dia akan menggunakannya. Sebaliknya jika seseorang merasa bahwa sistem informasi tidak mudah digunakan maka dia tidak akan menggunakannya. Konstruk kemudahan digunakan juga dibentuk dari banyak indikator. Davis (1986) menggunakan 6 indikator untuk membentuk konstruk ini, antara lain *easy of learn, controllable, clear and understandable, flexible, easy to become skillful, easy to use*.

3. Trust (Kepercayaan)

(Rofiq & Mayer 2007) mendefinisikan kepercayaan (*trust*) sebagai kepercayaan yang dimiliki pihak tertentu terhadap orang lain dalam suatu hubungan transaksi berdasarkan keyakinan tertentu bahwa pihak yang dipercaya memiliki kewajibannya sesuai dengan yang diharapkan. Menurut Mowen (2002) Kepercayaan adalah semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat oleh konsumen tentang objek, atribut dan manfaatnya. Maksud dari objek disini adalah berupa produk, orang, perusahaan dan segala sesuatu dimana seseorang memiliki kepercayaan terhadap objek tersebut.

2.4 *Structural Equation Modeling*

Menurut Ullman dan Bentler (2012) pemodelan persamaan struktural (SEM) adalah kumpulan teknik statistik yang memungkinkan serangkaian hubungan antara satu atau lebih variabel bebas baik kontinu atau diskrit, dan satu atau lebih variabel terikat baik kontinu atau diskrit untuk diperiksa. Baik IV maupun DV dapat berupa faktor atau variabel terukur. Pemodelan persamaan struktural juga disebut sebagai pemodelan kausal, analisis kausal, pemodelan persamaan simultan, analisis struktur kovarians, analisis jalur, atau analisis faktor konfirmasi. Dua yang terakhir sebenarnya adalah jenis SEM khusus.

Analisis faktor konfirmatori (CFA) adalah jenis pemodelan persamaan struktural (SEM) yang berhubungan secara khusus dengan model pengukuran-yaitu, hubungan antara ukuran atau indikator yang diamati (misalnya, soal tes,

nilai tes, peringkat observasi perilaku) dan data laten, variabel atau faktor. Ciri mendasar CFA adalah sifatnya yang didorong oleh hipotesis. CFA mengharuskan peneliti untuk menentukan terlebih dahulu semua aspek model. Oleh karena itu, peneliti harus memiliki pemahaman yang kuat, berdasarkan bukti dan teori masa lalu, mengenai jumlah faktor yang ada dalam data, indikator mana yang berhubungan dengan faktor mana, dan seterusnya (Gatignon, 2014)

2.5 Kajian Penelitian Terdahulu

Berdasarkan pemelitan yang dilakukan oleh Leni Joan dan Tony Sitinjak (2019) dengan judul penelitian “Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Penggunaan Layanan Pembayaran DigitaGoPay” yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi kebermanfaatan dan persepsi kemudahan digunakan terhadap minat penggunaan dan pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap persepsi kebermanfaatan dengan menggunakan metode analisis deskriptif dari hasil penyebaran kuisioner dan data diolah menggunakan *software* PLS-SEM. Hasil penelitian yang diperoleh adalah persepsi kebermanfaatan dan persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh yang positif terhadap minat penggunaan, serta persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh yang positif terhadap persepsi kebermanfaatan. Selain itu, terdapat penelitian yang dilakukan oleh Priska Liliani (2020) dengan judul “Analisis faktor yang memengaruhi niat pengguna gopay dengan pendekatan *technology acceptance model*” yang bertujuan untuk menentukan faktor-faktor yang memengaruhi niat pengguna pada gopay dan menentukan faktor-faktor yang paling memengaruhi niat pengguna pada gopay, dengan menggunakan metode analisis asosiatif dan deskriptif dari hasil kuesioner dan kajian literatur. Hasil penelitian yang diperoleh adalah faktor yang memengaruhi niat pengguna pada gopay adalah *applicable, flexible, controllable, effectiveness, usefulness, benefits, compatibility, recommendation, reuse intention*, dan *pay more*. Dan faktor yang paling memengaruhi niat pengguna pada gopay adalah *benefits, controlable* dan *effectiveness*.

Selain penelitian diatas, terdapat juga penelitian dari Eriska Lea (2018) dengan judul “Pengaruh Perceived *easy of use* dan faktor lain terhadap niat kaum milenial dalam menggunakan transportasi berbasis aplikasi” yang bertujuan untuk mengetahui faktor apa yang memengaruhi kaum milenial untuk tertarik menggunakan transportasi berbasis aplikasi dengan menggunakan metode kuantitatif melalui kuisioner. Hasil penelitian ini

adalah faktor yang paling berpengaruh dalam memengaruhi niat menggunakan transportasi berbasis aplikasi adalah persepsi kegunaan, disusul persepsi kemudahan penggunaan, dan terakhir yang memiliki pengaruh paling kecil adalah kepercayaan. Terdapat juga penelitian yang dilakukan oleh Noverinda Galuh Puspitarani Sudaryono, Mahmud Fadhiil, Syarifah, Evi Rinawati Simanjuntak (2023) dengan judul “Application of technology acceptance model (TAM) in telemedicine application during covid 19 pandemic” yang bertujuan untuk mengkaji penerapan Technology Acceptance model (TAM) pada aplikasi telemedicine pada masa pandemi Covid-19 dengan menggunakan metode kuantitatif melalui kuesioner. Hasil dari penelitian ini adalah Variabel eksternal privacy concern tidak berpengaruh terhadap persepsi manfaat telemedicine yang digunakan. Namun, kepercayaan dan manfaat yang dirasakan berhubungan dengan signifikansi positif dalam penggunaan telemedis selama pandemi COVID-19 di Indonesia. Masalah privasi memiliki dampak yang terbatas terhadap persepsi manfaat namun memengaruhi kemudahan penggunaan aplikasi telemedis. Di sisi lain, kepercayaan memainkan peran penting dalam membentuk persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan telemedis selama pandemi COVID-19, karena telemedis menjadi sangat diperlukan dalam mengakses layanan kesehatan.

Penelitian juga dilakukan oleh Dwi Maghfur Aditya Permana (2021) dengan judul “Analisis integratif penerimaan teknologi digital oleh generasi millennial dengan menggunakan Technology Acceptance Model (TAM): Temuan Empiris di aplikasi GOSEND” yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh harapan kinerja, harapan usaha, pengaruh sosial, motivasi hedonis, nilai harga, kebiasaan, dan niat perilaku terhadap minat dan niat perilaku dengan menggunakan metode kuantitatif melalui kuesioner. Hasil dari penelitian ini adalah hasil dari tujuh hipotesis yang diujikan pada penelitian ini, semuanya tidak berpengaruh signifikan. hal ini menunjukkan bahwa penelitian ini tidak mendukung teori TAM yang menyatakan bahwa penerimaan seseorang atas teknologi informasi tidak dipengaruhi oleh variabel Unified Theory of Acceptance and Use of The Technology. Selanjutnya penelitian dari Agus Setiawan, Kholifah Yasinta Anwar, Fitriyah Hasna Salma Putri Winargo (2023) dengan judul “Pengaruh TAM Terhadap Keputusan Mahasiswa Universitas Raden Mas Said Surakarta Dalam Sistem Pembayaran Gopay Pada Layanan Gojek” yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi manfaat, persepsi kenyamanan, dan sikap konsumen terhadap keputusan konsumen menggunakan metode analisis regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini adalah persepsi manfaat,

persepsi kenyamanan, sikap konsumen berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen sistem pembayaran gopay layanan gojek di Surakarta.

Tabel 2.1 Kajian Penelitian Terdahulu

Artikel	Tujuan	Metode	Hasil Penelitian
<p>Leni Joan, Tony Sitinjak (2019) Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Penggunaan Layanan Pembayaran Digital GoPay.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Mengetahui Pengaruh persepsi kebermanfaatan dan persepsi kemudahan digunakan terhadap minat penggunaan • Mengetahu pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap persepsi kebermanfaatan 	<ul style="list-style-type: none"> • PLS-SEM • Analisis Deskriptif 	<p>Hasil penelitian yang diperoleh adalah persepsi kebermanfaatan dan persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh yang positif terhadap minat penggunaan, sertapersepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh yang positif terhadap persepsi kebermanfaatan.</p>
<p>Priska Liliani (2020) Analisis faktor yang memengaruhi niat pengguna gopay dengan pendekatan <i>technology acceptance model</i>.</p>	<p>Menentukan faktor-faktor yang memengaruhi niat pengguna pada gopay dan menentukan faktor-faktor yang paling memengaruhi niat pengguna pada gopay.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Analisis asosiatif • Analisis deskriptif • SPSS 	<ul style="list-style-type: none"> • Faktor yang memengaruhi niat pengguna pada gopay adalah <i>applicable, flexible, controllable, effectiveness, usefulness, benefits, compatibility, recommendation, reuse intention</i>, dan <i>pay more</i>. • Factor yang paling memengaruhi niat pengguna pada gopay adalah <i>benefits, controlable</i> dan <i>effectiveness</i>.
<p>Eriska Lea (2018) Pengaruh Perceived <i>easy of use</i> dan faktor lain terhadap niat kaum milenial dalam menggunakan transportasi berbasis aplikasi.</p>	<p>Mengetahui faktor apa yang memengaruhi kaum milenial untuk tertarik menggunakan transportasi berbasis aplikasi</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Analisis kuantitatif • SPSS AMOS 	<p>Faktor yang paling berpengaruh dalam memengaruhi niat menggunakan transportasi berbasis aplikasi adalah persepsi kegunaan, disusul persepsi kemudahan penggunaan, dan terakhir</p>

Artikel	Tujuan	Metode	Hasil Penelitian
			yang memiliki pengaruh paling kecil adalah kepercayaan
Noverinda Galuh Puspitarani Sudaryono, Mahmud Fadhiil, Syarifah, Evi Rinawati Simanjuntak (2023) Application of technology acceptance model (TAM) in telemedicine application during covid 19 pandemic	Mengkaji penerapan Technology Acceptance model (TAM) pada aplikasi telemedicine pada masa pandemi Covid-19.	<ul style="list-style-type: none"> • Pendekatan kuantitatif • PLS-SEM 	Variabel eksternal privacy concern tidak berpengaruh terhadap persepsi manfaat telemedicine yang digunakan. Namun, kepercayaan dan manfaat yang dirasakan berhubungan dengan signifikansi positif dalam penggunaan telemedis selama pandemi COVID-19 di Indonesia. Masalah privasi memiliki dampak yang terbatas terhadap persepsi manfaat namun memengaruhi kemudahan penggunaan aplikasi telemedis. Di sisi lain, kepercayaan memainkan peran penting dalam membentuk persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan telemedis selama pandemi COVID-19, karena telemedis menjadi sangat diperlukan dalam mengakses layanan kesehatan.
Dwi Maghfur Aditya Permana (2021) Analisis integratif penerimaan teknologi digital oleh generasi millenial dengan menggunakan Technology Acceptance Model (TAM): Temuan Empiris di aplikasi GOSEND	Mengetahui pengaruh harapan kinerja, harapan usaha, pengaruh sosial, motivasi hedonis, nilai harga, kebiasaan, dan niat perilaku terhadap minat dan niat perilaku	<ul style="list-style-type: none"> • Kuantitatif 	Hasil dari tujuh hipotesis yang diujikan pada penelitian ini, semuanya tidak berpengaruh signifikan. hal ini menunjukkan bahwa penelitian ini tidak mendukung teori TAM yang menyatakan bahwa penerimaan seseorang atas teknologi informasi tidak dipengaruhi oleh variabel Unified

Artikel	Tujuan	Metode	Hasil Penelitian
			Theory of Acceptance and Use of The Technology.
<p>Agus Setiawan, Kholifah Yasinta Anwar, Fitriyah Hasna Salma Putri Winargo (2023) Pengaruh TAM Terhadap Keputusan Mahasiswa Universitas Raden Mas Said Surakarta Dalam Sistem Pembayaran Gopay Pada Layanan Gojek</p>	<p>Mengetahui pengaruh persepsi manfaat, persepsi kenyamanan, dan sikap konsumen terhadap keputusan konsumen.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Statistik deskriptif • Analisis regresi linier berganda 	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi manfaat, persepsi kenyamanan, sikap konsumen berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen sistem pembayaran gopay layanan gojek di Surakarta</p>

2.6 Perumusan Indikator Variabel Penelitian

Dalam menyusun kuesioner penelitian ini diperlukan indikator penelitian, sehingga terdapat perumusan indikator berdasarkan kajian literatur pada penelitian terdahulu. Perumusan indikator penelitian dapat dilihat pada Tabel berikut.

Tabel 2.2 Perumusan Indikator Variabel Penelitian

No	Variabel	Keterangan	Indikator
1	<i>Easy of use</i>	<i>Cosumer Adoption of The Uber Mobile Application: Insights From Diffusion of Innovarion Theory and Technology Acceptance Model</i> (Min dkk., 2019)	<ul style="list-style-type: none"> • Mudah dipahami • Sesuai yang diinginkan • Mudah dipelajari • Mudah di unduh • Tidak perlu banyak usaha • Secara keseluruhan mudah
2	<i>Trust</i>	<i>Investigating the Adoption of Digital Payment System Through an Extended Technology Acceptance Model: an Insight From the Indonesian Small and Medium Enterprises</i> (Najib & Fahma, 2020)	<ul style="list-style-type: none"> • Dapat dipercaya • Lebih aman
		<i>Understanding Consumers Acceptance Intention to Use Mobile Food delivery Applications through an Extended Technology Acceptance Model</i> (An dkk., 2023)	<ul style="list-style-type: none"> • Privasi terlindungi • Dapat diandalkan
3	<i>Intention</i>	<i>Investigating the Acceptance of Mobile Library Application with an Extended Technology Acceptance Model (TAM)</i> (Rafique dkk., 2020)	<ul style="list-style-type: none"> • Berniat terus menggunakan • Akan selalu menggunakan • Berencana untuk terus menggunakan
		<i>Determinants to Parking Mode Alternatives: A Model Integrating Technology Acceptance Model and Satisfaction-Loyalty Model</i> (Niu dkk., 2021)	<ul style="list-style-type: none"> • Merekomendasikan kepada orang lain
		<i>Technology Acceptance Model (TAM) Factors and Social Factors Analysis Through Attitude Towards to Use on Intention to Purchase of Kisah Kita Ngopi Online Café</i> (Bramantyo & Utami, 2022)	<ul style="list-style-type: none"> • Sangat mungkin menggunakan

Sumber: Kajian Literatur, 2023

Dalam kuesioner penelitian ini terdapat 3 komponen variabel pernyataan yaitu *easy of use*, *trust*, dan *intention*. Pada komponen pertama yaitu *easy of use*

diambil dari jurnal “*Cosumer Adoption of The Uber Mobile Application: Insights from Diffusion of Innovarion Theory and Technology Acceptance Model*” oleh Somang Min, dkk 2019 yaitu “Fitur pengiriman barang dalam aplikasi tranportasi *online* mudah dipahami, Fitur pengiriman barang pada aplikasi tranportasi *online* sesuai dengan apa yang saya inginkan, Menggunakan fitur pengiriman barang dalam aplikasi tranportasi *online* adalah sesuatu yang mudah dipelajari, Saya dapat mengunduh aplikasi tranportasi *online* dengan mudah, Untuk berinteraksi menggunakan fitur pengiriman barang pada aplikasi tranportasi *online*, saya tidak memerlukan banyak usaha, Secara keseluruhan, mudah bagi saya untuk menggunakan fitur pengiriman barang pada aplikasi tranportasi *online*”.

Pada komponen kedua yaitu *trust* diambil dari jurnal “*Investigating the Adoption of Digital Payment System Through an Extended Technology Acceptance Model: an Insight From the Indonesian Small and Medium Enterprises*” oleh Najib dan Fahma, 2020 dan jurnal “*Understanding Consumers Acceptance Intention to Use Mobile Food delivery Applications through an Extended Technology Acceptance Model*” oleh An dkk., 2023 yaitu “Barang lebih aman apabila dikirim menggunakan aplikasi tranportasi *online*, Privasi pengguna aplikasi tranportasi *online* terlindungi dengan baik, Aplikasi tranportasi *online* dapat diandalkan untuk mengirim barang, Transaksi yang dilakukan untuk mengirim barang menggunakan aplikasi tranportasi *online* dapat dipercaya”.

Dan komponen ketiga yaitu *intention* diambil dari jurnal “*Investigating the Acceptance of Mobile Library Application with an Extended Technology Acceptance Model (TAM)*” oleh Rafique dkk., 2020, jurnal “*Determinants to Parking Mode Alternatives: A Model Integrating Technology Acceptance Model and Satisfaction-Loyalty Model*” oleh Niu dkk., 2021, dan jurnal “*Technology Acceptance Model (TAM) Factors and Social Factors Analysis Through Attitude Towards to Use on Intention to Purchase of Kisah Kita Ngopi Online Café*” oleh Bramantyo dan Utami 2022 yaitu “Saya akan merekomendasikan orang lain untuk menggunakan fitur pengiriman barang pada aplikasi tranportasi *online*, Saya sangat mungkin untuk menggunakan fitur pengiriman barang pada aplikasi tranportasi *online* di masa yang akan datang”, pernyataan ketiga (I3) adalah “Saya akan selalu mencoba untuk menggunakan

fitur pengiriman barang pada aplikasi transportasi *online* di masa yang akan datang”, pernyataan keempat (I4) adalah “Saya berencana untuk terus menggunakan fitur pengiriman barang pada aplikasi transportasi *online* di masa yang akan datang”, pernyataan kelima (I5) adalah “Saya berniat untuk terus menggunakan fitur pengiriman barang pada aplikasi transportasi *online* di masa yang akan datang”