

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1.Latar Belakang**

Perkembangan teknologi internet mendorong kehadiran terobosan dari perusahaan atau penyedia jasa dalam mengelola dan memasarkan produk. Banyak variasi layanan dan produk yang disajikan kepada konsumen, mulai dari layanan jual beli produk, layanan konsultasi, pengiriman, bahkan jasa transportasi. Salah satunya yang muncul dalam layanan transportasi di Indonesia adalah layanan aplikasi GoJek dan Grab.

Keberadaan aplikasi transportasi online, tidak hanya digunakan untuk membantu mobilitas manusia bahkan barang. Sebab, layanan GoJek atau Grab ada juga dalam bentuk layanan pengiriman dokumen sampai ke pembelian makanan. Di satu sisi. Layanan itu mempermudah penyedia jasa untuk memasarkan layanan kepada konsumen, Namun di sisi lain, konsumen pun memiliki kesempatan lebih untuk memilih atau menentukan layanan transportasi yang digunakannya.

Bagaimanapun jasa transportasi umum digunakan masyarakat dalam melakukan serta memperlancar aktifitas sehari-hari, seperti bekerja, sekolah, berpergian atau aktivitas lainnya. Hasil kajian Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) mengenai transportasi online, menunjukkan aplikasi GoJek menjadi pilihan utama konsumen dengan angka sampai 76,6 persen. Kemudian disusul Grab, Uber dan My Blue Bird. Berdasarkan riset

YLKI pada tahun 2017 kepada 4.000 konsumen, sebesar 77,7 persen konsumen menyambut sangat baik keberadaan aplikasi transportasi online.

Masih dari hasil riset YLKI, beberapa alasan utama konsumen memilih menggunakan aplikasi transportasi online antara lain karena pertimbangan harga yang murah (84,9 persen), nyaman (78,8 persen), dan akhirnya aman (61,4 persen). Sementara, untuk frekuensi penggunaan, konsumen paling banyak menggunakan transportasi online 2-3 dalam seminggu (31,6 persen), 1-2 kali dalam sehari (27,6 persen), seminggu (13,7 persen), dan lebih dari 3 kali dalam sehari sebanyak 8,7 persen.(Indonesia)

Perkembangan teknologi akan mengubah cara pandang seseorang dalam melakukan sesuatu hal, berfikir, bertindak atau gaya hidup. Dengan memberikan nilai tambah pada konsumen, transportasi online menawarkan sebuah layanan aplikasi berbasis smartphone untuk memenuhi tidak sekedar transportasi tetapi juga layanan antar, layanan pesan antar makanan dan layanan lainnya dengan cepat dan harga relatif terjangkau.

Di tengah kemudahan akses dan pilihan beragam layanan tentu akan mengubah cara dan penggunaan jasa layanan transportasi online. Karena kehadiran transportasi online mampu menjadi solusi di tengah-tengah masyarakat modern yang dekat dengan teknologi, perkembangan transportasi online pun berkembang pesat dan mampu menggeser kemampuan transportasi konvensional.(fenomena-transportasi-online-sebuah-perspektif-perilaku-konsumen).

Pemanfaatan teknologi dan kemudahan akses dari telepon seluler dengan biaya akses yang relatif murah membuat teknologi aplikasi jasa

transportasi online tidak hanya diakses oleh kalangan menengah keatas. Namun menjadi pilihan bagi kalangan menengah ke bawah dari sisi sosial ekonomi status (SES). Mulai dari pemilik perusahaan, karyawan, ibu rumah tangga bahkan sampai Asisten Rumah Tangga (ART).

Berdasarkan pengamatan awal, sejumlah ART yang tinggal di kawasan Perumahan yang berada di Jakarta Barat, menggunakan aplikasi transportasi online. Hasil wawancara awal menunjukkan mereka banyak yang menggunakan aplikasi transportasi online saat mereka cuti kerja atau ketika memesan makanan. Seperti dinyatakan oleh Anisa yang menjadi *baby sitter* atau mengurus anak sekaligus mengurus semua pekerjaan rumah tangga di sebuah keluarga muda, berikut ini:

“Saya memilih Gojek karena teman-teman menggunakan aplikasinya karena temennya tersebut sudah ibu2 dan tidak menggunakan android, ibu2 yang meminjam aplikasi tersebut ada sekitar 6 orang.”

(Wawancara Pendahuluan, Anisa, 21 tahun, baby sitter dan asisten rumah tangga)

Bahkan Anisa menyatakan preferensi pilihan nama aplikasi yang digunakan. Berbeda dengan Nita Silvia yang menggunakan aplikasi Grab, dengan alasan sebagai berikut:

“Karena di top up majikan sebulan sekali, saya menggunakan Grab.”

(Wawancara Pendahuluan, Nita Silvi, 21 tahun, baby sitter & asisten rumah tangga)”

Berdasarkan dua kutipan penelusuran di atas, ada hal yang menarik untuk dieksplorasi lebih lanjut terutama berkaitan dengan pertimbangan dan pola penelusuran informasi mengenai penggunaan aplikasi transportasi

online. Pasalnya dari kutipan di atas, terdapat perbedaan penggunaan transportasi online, tentu hal ini menarik karena dalam perpektif komunikasi pemasaran. Bagaimanapun konsumen merupakan orang yang sangat penting. Perusahaan akan berupaya untuk memenuhi dan mengikuti perilaku konsumen, agar terjadi sebuah proses pengambilan yang memuaskan. Namun demikian, dalam kajian mengenai perilaku konsumen, setiap konsumen bisa memiliki perbedaan karena ada banyak faktor yang mempengaruhi. Faktor itu bisa muncul dari dalam diri konsumen itu sendiri maupun pengaruh dari luar.

Kutipan wawancara diatas juga terdapat pola perubahan perilaku konsumen pada ART secara pribadi dan pekerjaannya, mereka mulai mengetahui aplikasi transportasi online, menggunakan serta memanfaatkannya. Menurut ART aplikasi transportasi online lebih mudah, simple dan murah dalam penggunaan dan pemanfaatannya.

Peneliti disini melihat teknologi sangat berkembang pesat pada semua kalangan, dari kalangan bawah sampai kalangan atas, dari muda sampai tua, segala profesi dan lain sebagainya. Disini peneliti melihat dari sisi sosial ART dimana mereka juga sudah mulai menggunakan teknologi khususnya aplikasi transportasi online untuk membantu mereka dalam pekerjaan sebagai ART dan untuk kepentingan pribadi, dalam penggunaannya ART memanfaatkan untuk memesan makanan, pergi ke pasar, cuti kerja, mengantar ke stasiun atau terminal saat pulang kampung, mengantar les, mengantar makanan, mengantar barang dan lain sebagainya. Alasan mereka bermacam – macam menggunakan aplikasi transportasi

online ini, karena ada promo, karena lebih murah, praktis, dan lain sebagainya.

Secara umum, ART memiliki peran sebagai pembantu dalam rumah tangga. Perannya membantu suatu pekerjaan rumah tangga melalui tindakan melakukan pekerjaan yang berkaitan dengan urusan rumah tangga, seperti mencuci, memasak. Posisi pembantu rumah tangga pada hakikatnya merupakan membantu seseorang atau lebih dalam melakukan pekerjaan rumah tangga sedangkan rumah tangga sendiri merupakan suatu bentuk keluarga inti. Namun demikian ada pula yang disebut sebagai *baby sitter*, profesi satu ini lebih memaikan peran untuk melaksanakan pengasuhan dan pendampingan kebutuhan kepada anak-anak dalam rumah tangga.

Berdasarkan penelusuran awal, keberadaan pekerja domestik itu memiliki hubungan kekerabatan dengan anggota keluarga ini yang dalam hal ini adalah orang yang memperkerjakan asisten dan *baby sitter* tersebut. Posisi ART dan *baby sitter* dalam keluarga dalam sejumlah relasi menjadi salah satu bentuk hubungan kekerabatan bukan lagi sekadar hubungan relasi kerja atau ekonomis antara asisten rumah tangga dan majikan.

Dengan posisi demikian dekat, tentu saja relasi dan gaya hidup ART akan dekat dengan perilaku majikan. Namun pada saat bersamaan, sesuai dengan latar belakang sosial ekonomi status mereka, asisten rumah tangga memiliki perbedaan kemampuan dan kebiasaan. Tentu dari sisi perilaku konsumen hal itu sangat menarik diteliti. Sebab, berdasarkan pengamatan awal, ditemukenali ada dua orang yang bisa mempengaruhi pilihan penggunaan aplikasi transportasi online. Pertama, majikan yang

memberikan akses untuk penggunaan aplikasi yang dibutuhkan untuk mendukung mobilitas selama kerja. Dan kedua dari rekan sesama pekerja domestik karena kondisi keuangan dan untuk kebutuhan yang berbeda.

Berdasarkan latar belakang di atas, kajian mengenai perilaku ART sebagai konsumen jasa transportasi online akan menarik dilakukan. Apalagi dalam keseharian mereka dominan mendapatkan pengaruh dari latar belakang yang beda, pertama dari majikan dan kedua dari teman sejawat. Dari kajian perilaku konsumen dua pengaruh yang bertolak belakang dari aspek gaya hidup itu sangat menarik diteliti, terutama mengenai penelusuran informasi apa saja yang mereka lakukan untuk mengetahui dan memanfaatkan fitur layanan dalam aplikasi transportasi online.

ART dalam menjalankan tugas pekerjaannya juga membutuhkan jasa layanan transportasi online. Ada banyak tugas harian yang mereka lakukan, mulai dari belanja, mengantar anak ke sekolah, mengantar les. Di sisi lain, ART juga bisa menjadi konsumen dengan mencari kebutuhan mereka sendiri. Dan ketika mencari kebutuhan mereka sendiri ataupun menjalankan tugas sebagai ART mereka akan melakukan penelusuran informasi sebelum memutuskan menggunakan fitur dalam aplikasi transportasi online.

Saat ART mencari informasi atau (searching), pada dasarnya mereka melakukan proses pencarian informasi yang berkaitan dengan layanan jasa transportasi online. Dalam posisi sebagai konsumen jasa transportasi online, kajian perilaku konsumen terutama di kalangan ART yang menarik dieksplorasi apa saja yang mereka lakukan ketika *information seeking*

(pencarian informasi). Adapun pendekatan yang digunakan dengan studi kasus, dengan fokus pada penggunaan aplikasi transportasi online untuk mempermudah tugas harian sebagai ART yang bekerja di kawasan perumahan di Jakarta Barat.

Penelitian ini diarahkan untuk mengungkap proses penelusuran informasi, yang mencakup upaya mengidentifikasi kebutuhan, menetapkan kebutuhan, proses mencari dan faktor pendorong Asisten rumah tangga (ART) melakukan pencarian informasi dalam melakukan penggunaan transportasi online atas kemauan sendiri atau dorongan dari lingkungannya, serta apakah ada perubahan setelah sebelum dan sesudah menggunakan aplikasi transportasi online tersebut.

## **1.2.Fokus Penelitian**

Dalam penelitian ini pola perilaku ART dapat di lihat dari beberapa aspek perilaku manusia berkaitan dengan sumber dan saluran informasi, perilaku penemuan dan penggunaan informasi secara pasif atau aktif, sepanjang perilaku manusia memerlukan, memikirkan, memperlakukan, mencari dan memanfaatkan informasi. Pada penelitian ini peneliti mengadaptasi tiga faktor aspek kebutuhan informasi, mekanisme pengaktifan, perilaku pencarian informasi pengolahan data dan manfaat.

Berdasarkan uraian mengenai fokus penelitian maka dapat dirumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

**Bagaimanakah pola penelusuran informasi mengenai  
penggunaan aplikasi transportasi online di kalangan Asisten  
Rumah Tangga (ART) di Jakarta Barat ?**

**1.3. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui mengenai penelusuran informasi ART dalam menggunakan aplikasi transportasi online. Secara khusus ditujukan untuk menggambarkan mengenai perumusan kebutuhan sehari-hari ART dan cara mengoperasikan aplikasi saat pemesanan transportasi online dan pola penggunaan aplikasi.

**1.4. Manfaat Penelitian**

**1.4.1. Manfaat teoritis/akademis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengayaan bahan kajian sekaligus referensi mengenai kajian tentang perilaku konsumen terutama dalam penelusuran informasi mengenai penggunaan aplikasi transportasi online.

**1.4.2. Manfaat praktis**

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan informasi dan menambah wawasan pengetahuan mengenai Pola perilaku ART dalam menggunakan transportasi online. Sehingga jadi acuan untuk pengembangan produk dan promosi yang sesuai.

### 1.4.3. Manfaat Sosial

Komunitas ART dapat memanfaatkan hasil penelitian ini sebagai untuk pemanfaatan teknologi di kalangan ART agar lebih efisien dan efektif setelah mengetahui pola penggunaan atau menjadi konsumen yang lebih cerdas.

