

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Penelitian

Transformasi digital semakin berkembang dari tahun ke tahun karena bermanfaat untuk melakukan sebuah penanganan dengan menggunakan teknologi informasi untuk memperoleh efisiensi dan efektifitas (Danuri *et al.*, 2019). Eksistensi pada era globalisasi di bidang teknologi meningkat dan telah membawa perubahan yang sangat signifikan terhadap berbagai aspek kehidupan manusia. Adapun teknologi yang berkembang pesat pada saat ini mulai dari teknologi informasi, komunikasi, hingga sistem layanan transportasi. Transportasi menjadi hal yang penting bagi masyarakat karena memberikan kemudahan dan menjadi kebutuhan primer dalam aktivitas sehari-hari khususnya yang memerlukan rute tertentu pada masa kini (Persepsi *et al.*, 2022).

Sistem layanan transportasi umum memiliki peran penting untuk mendukung mobilitas perkotaan baik secara personal maupun sosial. Sejak munculnya transportasi publik TransJakarta, masyarakat kini lebih antusias daripada sebelumnya untuk menggunakan transportasi publik (Sukma, 2022). TransJakarta kini menjadi salah satu alternatif moda transportasi *public* yang semakin diminati oleh masyarakat dalam kehidupan sehari-hari karena memiliki daya guna jaringan yang luas, tarif yang relatif terjangkau

karena pengguna hanya membayar Rp 3.500 dalam sekali perjalanan di semua koridor pada jam operasional, efisiensi waktu, berbagai rute yang mencakup di wilayah ibu kota DKI Jakarta, dan menjadi solusi utama untuk mengatasi kemacetan lalu lintas (Pristanto *et al.*, 2023). Dilansir dari laman [asumsi.co](https://asumsi.co), TransJakarta telah dioperasikan karena sangat mudah dijangkau oleh masyarakat, biayanya yang murah, fasilitas yang lengkap dan memadai karena memiliki lajur atau rute tersendiri yang terpisah dari rute atau jalur kendaraan pribadi (Mulia, 2021).



**Gambar 1. 1 Perkembangan Transportasi di DKI Jakarta**

Sumber: [bps.go.id](https://bps.go.id) (2024)

Berdasarkan data dari [bps.go.id](https://bps.go.id) pada Gambar 1.1 di atas menunjukkan bahwa sepanjang bulan Januari 2024 jumlah pengguna

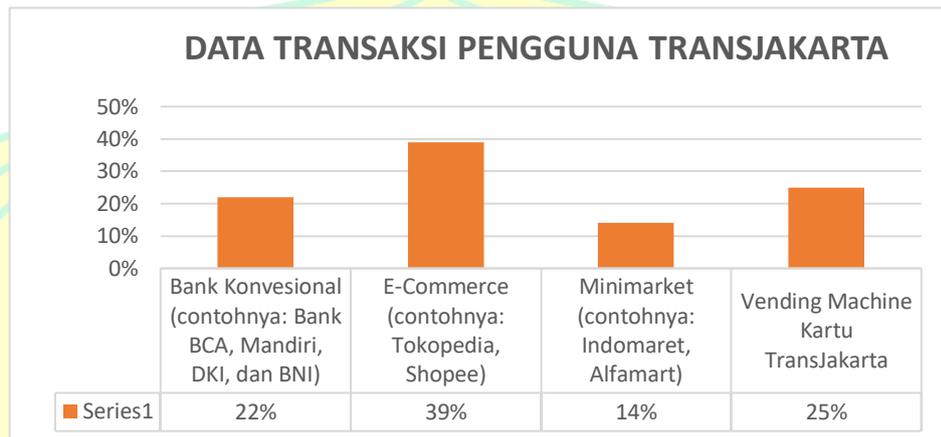
transportasi MRT mencapai 3.143.854 orang dengan peningkatan (3,54%), LRT mencapai 96.837 orang dengan peningkatan (1,60%), dan TransJakarta mencapai 30.934.941 orang dengan peningkatan (6,83%). Hal tersebut sebagai salah satu bukti bahwa banyak pengguna transportasi yang minat menggunakan transportasi TransJakarta daripada transportasi lainnya seperti MRT ataupun LRT.

Dilansir pada laman [transjakarta.co.id](http://transjakarta.co.id) (2021), berkat pesatnya kemajuan teknologi upaya yang dilakukan pemerintah dalam mendukung layanan moda transportasi kini TransJakarta memberikan pengalaman yang lebih baik kepada para penggunanya dengan memperkenalkan inovasi terbaru yaitu: menyediakan layanan *vending machine* kartu TransJakarta. Menurut Rudi dalam Maulana *et al.* (2019), *vending machine* merupakan mesin otomatis yang menjual barang secara otomatis untuk memudahkan pengguna agar lebih praktis, efisien tidak menghabiskan waktu banyak dengan melakukan pelayanan mandiri. Ramdhani dalam Kalbila *et al.* (2020), mengatakan *vending machine* sebuah mesin digital untuk melayani konsumen secara langsung, tanpa perlu bantuan tenaga kerja manusia yang dapat menghemat pemakaian tenaga. Sedangkan menurut Cserdi & Kenesia dalam Benhardy (2023), dengan disediakan fasilitas pembelian kartu secara mandiri melalui mesin *vending machine* merupakan salah satu bukti bahwa pihak perusahaan kerap memikirkan inovasi dan melakukan peningkatan kualitas yang dapat menguntungkan penggunanya.

Berdasarkan kutipan dari transjakarta.co.id (2021), sebelum disediakan layanan *vending machine* kartu TransJakarta, sejak tahun (2013) sistem tiket sudah menggunakan kartu uang elektronik (KUE) sebagai pengganti uang tunai. Namun, hal tersebut membuat pengguna TransJakarta kurang nyaman karena kurang efektif dan adanya keterbatasan waktu ketika pengguna ingin melakukan transaksi *top up* dan pembelian kartu, lantaran harus bertransaksi melalui minimarket atau tempat lain yang menyediakan layanan tersebut agar dapat melakukan perjalanan menggunakan TransJakarta (Vyta, 2023). Saat ini kebutuhan akan layanan seperti TransJakarta sudah banyak di minati oleh masyarakat menjadi tuntutan agar perusahaan memberikan kenyamanan, serta kemudahan yang baik bagi pengguna (Wonga & Annisaa, 2020). Maka dengan hadirnya *vending machine* kartu TransJakarta diharapkan menjadi langkah positif untuk meningkatkan sistem transportasi *public* sehingga muncul minat pengguna untuk menggunakan transportasi TransJakarta (Yunieta, 2023).

Oleh karena itu, disediakannya *vending machine* kartu TransJakarta bertujuan untuk memberikan kemudahan, efektivitas dan harga yang terjangkau, bagi pengguna TransJakarta untuk melakukan aktivitas pembelian kartu uang elektronik (KUE), *top up* (pengisian saldo), dan pengecekan saldo yang telah disediakan di berbagai halte TransJakarta (Damayanti *et al.*, 2023). Dikutip pada laman kumparan.com terdapat enam kartu yang dapat diakses pengguna TransJakarta pada layanan *vending machine* kartu TransJakarta yaitu: Jaklingko, Jackard Bank DKI, BNI

Tapcash, Flazz BCA, E-Money Mandiri, Brizzi Bank BRI, KMT dan MegaCash dengan beberapa metode pembayaran bisa menggunakan uang kertas, dan menggunakan scan Qris.

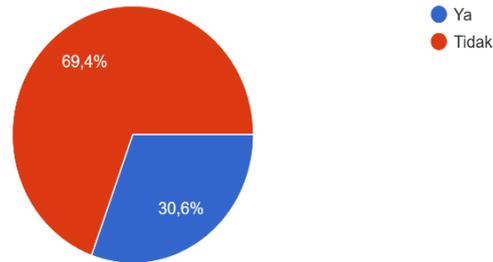


**Gambar 1. 2 Data Pra-Riset Transaksi Pengguna TransJakarta**

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2024)

Peneliti melakukan pra-riiset kepada 36 responden yang merupakan pengguna TransJakarta. Hasil pra-riiset menyatakan bahwa 39% pengguna TransJakarta lebih minat bertransaksi *top up* melalui *e-commerce* (Tokopedia atau Shopee), serta 25% pengguna bertransaksi melalui *vending machine* kartu TransJakarta, 22% bertransaksi melalui bank konvensional, dan 14% pengguna bertransaksi melalui minimarket. Dengan demikian, dari hasil tersebut ternyata layanan *vending machine* kartu TransJakarta belum menjadi pilihan utama pengguna TransJakarta ketika ingin bertransaksi melakukan perjalanan menggunakan TransJakarta.

Apakah Anda berminat menggunakan layanan vending machine kartu TransJakarta?  
36 jawaban



**Gambar 1. 3 Hasil Pra-Riset Minat Pengguna Vending Machine**

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2024)

Berdasarkan hasil pra-riset kepada 36 responden menyatakan bahwa 69,4% pengguna TransJakarta tidak minat bertransaksi melalui layanan *vending machine* kartu TransJakarta, sedangkan 30,6% lainnya pengguna minat untuk bertransaksi melalui *vending machine* kartu TransJakarta. Untuk mengetahui alasan tersebut, peneliti menanyakan alasan responden yang tidak minat menggunakan layanan *vending machine* kartu TransJakarta dan alasan terbanyak mengatakan layanan sulit digunakan saat transaksi *top up* sebanyak 53% (19 responden), mesin *vending machine* tidak bisa menerima uang kertas baru sebanyak 45% (16 responden), ulasan terkait *vending machine* buruk sebanyak 42% (15 responden), kurang nyaman ketika menggunakan layanan tersebut 42% (15 responden). kurang efektif sebanyak 33% (12 responden), dan stock kartu yang selalu habis ketika ingin membeli sebanyak 17% (6 responden).

Layanan *vending machine* yang diharapkan dapat memberikan kemudahan dan efektivitas bagi pengguna TransJakarta saat bertransaksi,

namun fenomena yang terjadi masih banyak pengguna mengalami kendala dan mengeluh terhadap layanan dikarenakan beberapa faktor, dikutip pada laman [newsdetik.com](http://newsdetik.com) banyak pengguna mengalami kendala layanan *vending machine* kartu TransJakarta karena mesin eror dan uang tidak kembali (Harry, 2021). Hal serupa juga dilansir oleh [mediakonsumen.com](http://mediakonsumen.com) menjelaskan bahwa pengguna mengeluh karena transaksi layanan sering gagal padahal uang kertas atau Qris tersebut sudah berhasil diproses ke dalam mesin *vending machine*. Namun, saldo tidak bertambah dan pengguna sudah melapor kepada pihak *call center* TransJakarta untuk dilakukan *refund* atau pengembalian uang, namun tidak ada respon dari pihak *call center* (Wulan, 2022).

Untuk memperkuat hasil dari pra-riset, peneliti telah menemukan beberapa unggahan dari pengguna *vending machine* kartu TransJakarta yang menyampaikan keluhan melalui media sosial seperti X dan Instagram, seperti contoh dibawah ini:

- *Perceived Ease of Use*



**Gambar 1. 4 Keluhan Pengguna Vending Machine Karena Sulit digunakan**

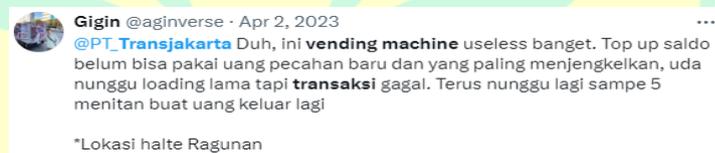
Sumber: x.com

Pada Gambar 1.4 merupakan contoh keluhan pengguna TransJakarta melalui laman X yang menyatakan sulit digunakan saat transaksi *top up* karena gagal transaksi, sulit menemukan mesin *vending machine* kartu TransJakarta ketika ingin melakukan transaksi karena belum tersedia di beberapa halte TransJakarta, dan tidak adanya bantuan dari petugas TransJakarta ketika kesulitan saat bertransaksi.

Penelitian yang dilakukan oleh Joan & Sitinjak (2019), mengatakan ketika sebuah teknologi sulit digunakan, maka minat pengguna layanan teknologi tersebut menjadi rendah. Hal ini diperkuat penelitian yang

dilakukan oleh Ardianto & Azizah (2021), menjelaskan bahwa *perceived ease of use* dapat membentuk minat pengguna secara signifikan, karna semakin mudah layanan digunakan maka akan semakin tinggi minat para pengguna dalam menggunakan layanan.

- **Perceived Usefulness**



**Gambar 1. 5 Keluhan Pengguna *Vending Machine* Kartu TransJakarta**

Sumber: x.com

Pada Gambar 1.5 merupakan contoh keluhan pengguna TransJakarta melalui laman X yang menyatakan proses transaksi lama ketika menggunakan *vending machine* kartu TransJakarta, kurang efektif karena mesin *vending machine* rusak, dan *vending machine* tidak berfungsi ketika pengguna ingin bertransaksi *top up*.

Hasil penelitian layanan e-money yang dilakukan oleh Made et al. (2019), membuktikan bahwa persepsi kegunaan atau *perceived usefulness* secara signifikan membentuk minat pengguna. Semakin banyak manfaat yang diterima oleh pengguna maka akan semakin tinggi minat pengguna untuk menggunakan layanan tersebut.

- ***Attitude Toward Using***



**Gambar 1. 6 Pengalaman Pengguna *Vending Machine* TransJakarta**

Sumber: x.com

Pada Gambar 1.6 pengguna mengeluh pada laman X yang mengatakan kurang aman ketika menggunakan layanan *vending machine*

kartu TransJakarta karena tidak adanya *refund* ketika gagal transaksi oleh pihak TransJakarta, metode pembayaran Qris yang selalu offline ketika ingin bertransaksi, dan adanya pengalaman negatif yang dirasakan oleh pengguna saat bertransaksi melalui *vending machine* kartu TransJakarta.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Setyawati (2020), menyatakan adanya faktor yang membentuk secara signifikan pada sikap pengguna atau attitude toward using terhadap minat pengguna saat bertransaksi secara online. Karena teknologi yang mampu meningkatkan kinerja sistem individu akan menjadi pengalaman positif dan mendorong psikologis pengguna tersebut untuk menerima penggunaan teknologi yang digunakannya sehingga timbul minat penggunaan pada teknologi.

- ***Behavioral Intention to Use***



**Gambar 1. 7 Kurang Antusias Pengguna TransJakarta terhadap Layanan**

Sumber: x.com dan instagram.com

Pada Gambar 1.7 pengguna mengeluh pada laman X dan Instagram yang mengatakan kurang tertarik menggunakan *vending machine* sebagai pilihan utama saat bertransaksi karena persediaan kartu pada *vending machine* selalu kosong, dan kurang minat menggunakan layanan *vending machine* saat bertransaksi sehingga lebih memilih menggunakan layanan lainnya.

Teknologi baru seperti *vending machine* kartu TransJakarta tidak selalu berjalan mulus, terdapat berbagai tantangan yang dapat mempengaruhi tingkat penerimaan dan minat pengguna terhadap teknologi ini. Menurut Novitasari dalam Ma'ruf *et al.* (2022), minat pengguna merupakan perasaan yang tertarik kepada suatu teknologi, sehingga ketika pengguna melakukan penilaian pada suatu teknologi dan hasilnya terbukti layak digunakan, maka akan timbul minat penggunaan. Minat diartikan sebagai keinginan untuk melakukan sesuatu yang disukai (Ramli *et al.*, 2021). Seseorang yang minat terhadap sesuatu aktivitas akan melakukan aktivitas tersebut dilandasi dengan rasa senang, dan jika pengguna timbul rasa senang maka pengguna akan konsisten menggunakannya kembali di kemudian hari (Mufarih *et al.*, 2020).

Berdasarkan permasalahan yang sudah dijelaskan sebelumnya, ternyata masih banyak permasalahan yang dihadapi pengguna TransJakarta ketika bertansaksi melalui *vending machine* kartu TransJakarta sehingga *vending machine* kartu TransJakarta belum menjadi pilihan utama transaksi pengguna TransJakarta saat bertransaksi. Dengan demikian, penelitian ini

berfokus untuk menganalisis minat pengguna TransJakarta melalui *vending machine* kartu TransJakarta, menggunakan model *Technology Acceptance Model* (TAM) sebagai pengukuran penerimaan teknologi *vending machine* kartu TransJakarta dan menggunakan analisis data *Exploratory Factor Analysis* (EFA) untuk mengetahui faktor apa saja yang membentuk minat pengguna TransJakarta melalui *vending machine* kartu TransJakarta. Penelitian ini belum pernah diteliti sebelumnya, sehingga berpotensi untuk membuka wawasan baru dan adapun judul dari penelitian ini yaitu: “Analisis Minat Pengguna TransJakarta melalui *Vending Machine* Kartu TransJakarta”

#### **B. Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan uraian permasalahan pada latar belakang di atas, maka penulis dapat mengemukakan pertanyaan penelitian sebagai berikut: faktor apa saja yang membentuk minat pengguna TransJakarta melalui *vending machine* kartu TransJakarta?

#### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pertanyaan penelitian di atas maka, tujuan penelitian ini untuk mengetahui faktor-faktor yang membentuk minat pengguna TransJakarta melalui *vending machine* kartu TransJakarta.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoretis maupun secara praktis sebagai berikut:

- a. Manfaat Teoretis

Secara teoretis, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya ilmu pengetahuan dalam memahami minat pengguna (*Intention to Use*). Selain itu teori serta metodologi yang digunakan dapat menjadi referensi bagi peneliti berikutnya.

b. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat membantu perusahaan di bidang bersangkutan merancang strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan kualitas layanan yang telah disediakan sehingga muncul minat penggunaan teknologi, dan dengan mengetahui faktor-faktor yang membentuk minat pengguna TransJakarta melalui *vending machine*, maka dapat dijadikan sebagai dasar pengambilan keputusan perusahaan terkait.