



**PROSES PENGAMBILAN KEPUTUSAN DALAM MENGGUNAKAN
GO-JEK (STUDI KASUS PADA GENERASI Z MASYARAKAT
PENDALUNGAN JEMBER)**

*DECISION MAKING PROCESS IN USING GO-JEK (CASE STUDY ON
COMMUNITY GENERATION Z PENDALUNGAN JEMBER)*

SKRIPSI

Oleh:

Diah Ayu Rosmita

NIM. 150810201040

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS JEMBER
2019**



**PROSES PENGAMBILAN KEPUTUSAN DALAM MENGGUNAKAN
GO-JEK (STUDI KASUS PADA GENERASI Z MASYARAKAT
PENDALUNGAN JEMBER)**

*DECISION MAKING PROCESS IN USING GO-JEK (CASE STUDY ON
COMMUNITY GENERATION Z PENDALUNGAN JEMBER)*

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember

Oleh:

Diah Ayu Rosmita

NIM. 150810201040

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS JEMBER
2019**

KEMENTERIAN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS JEMBER-FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

SURAT PERNYATAAN

Nama : Diah Ayu Rosmita
Nim : 150810201040
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul : Proses Pengambilan Keputusan Dalam Menggunakan Go-Jek
(Studi Kasus Pada Generasi Z Masyarakat Pedalungan)

Menyatakan dengan sesungguhnya dan sebenar-benarnya bahwa Skripsi yang saya buat adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali apabila dalam pengutipan substansi disebutkan sumbernya, dan belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya jiplakan milik orang lain. Saya bertanggungjawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, tanpa adanya paksaan dan tekanan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan yang saya buat ini tidak benar.

Jember, 28 April 2019
Yang menyatakan,

Diah Ayu Rosmita
NIM. 150810201040

TANDA PERSETUJUAN

Judul Skripsi : PROSES PENGAMBILAN KEPUTUSAN DALAM
MENGUNAKAN GO-JEK (STUDI KASUS PADA
GENERASI Z MASYARAKAT PENDALUNGAN
JEMBER)

Nama Mahasiswa : Diah Ayu Rosmita

NIM : 150810201040

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Disetujui Tanggal : 14 Mei 2019

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing 2

Dr. Mohamad Dimiyati, S.E., M.Si
NIP. 196704211994031008

N. Ari Subagio, S.E., M.Si
NIP. 197311092000031002

Mengetahui,
Ketua Program Studi S1-Manajemen

Hadi Paramu, S.E., MBA., Ph.D.
NIP. 196901201993031002

JUDUL SKRIPSI

**PROSES PENGAMBILAN KEPUTUSAN DALAM MENGGUNAKAN GO-JEK
(STUDI KASUS PADA GENERASI Z MASYARAKAT PENDALUNGAN
JEMBER)**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama Mahasiswa : Diah Ayu Rosmita

NIM : 150810201040

Jurusan : Manajemen

telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal:

27 Juni 2019

dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.

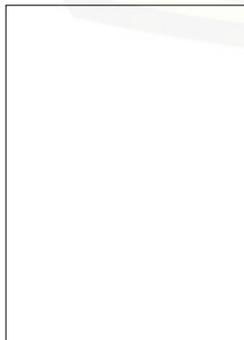
SUSUNAN TIM PENGUJI

Ketua : Dr. Imam Suroso, S.E., M.Si. : (.....)
NIP. 195910131988021001

Sekretaris : Dr. Nurhayati, M.M. : (.....)
NIP. 196106071987022001

Anggota : Dra. Sudarsih, M.Si : (.....)
NIP. 196212121992012001

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Jember



Dr. Muhammad Miqdad, S.E., M.M., Ak.,CA.

NIP. 197107271995121001

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, saya ucapkan puji syukur kehadirat Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang serta sholawat Nabi Muhammad SAW. Skripsi ini saya persembahkan sebagai bentuk tanggung jawab dan ungkapan terimakasih kepada:

1. Kedua orang tua tercinta Bapak Sumardi dan Ibu Sunarti, yang telah bekerja keras memberikan saya pendidikan yang terbaik dan selalu mendo'akan saya untuk selalu mendapatkan kebahagiaan.
2. Kakak ku tercinta Erma Rozita dan Setya Wismoko, yang selalu mendo'akan, memotivasi, menjaga dan membantu saya untuk terus berjuang dalam mencapai kesuksesan.
3. Almamater Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.

MOTTO

“Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah nasib suatu kaum kecuali kaum itu sendiri yang mengubah apa apa yang ada pada diri mereka”
(QS : Ar-Ra’d ayat 11)

“Semua perbuatan tergantung niatnya, dan balasan bagi tiap-tiap orang tergantung apa yang diniatkan. Barang siapa niat hijrahnya karena Allah dan Rasul-Nya, maka hijrahnya adalah kepada Allah dan Rasul-Nya. Barang siapa niat hijrahnya karena dunia yang ingin digapainya atau karena seorang perempuan yang ingin dinikahnya, maka hijrahnya adalah kepada apa dia diniatkan”.
(HR. Bukhari)

“Belajarlah untuk mengucap syukur dari hal-hal baik dihidupmu. Belajarlah menjadi kuat dari hal-hal buruk dihidupmu”
(B.J. Habibi)

“Bila air yang sedikit dapat menyelamatkanmu dari rasa haus, tak perlu meminta air lebih banyak yang barangkali dapat membuatmu tenggelam”
(Emha Ainun Nadjib)

“Kita dinilai bukan dari apa yang kita mulai. Melaikan dari apa yang kita selesaikan”
(Bong Chandra)

“Tidak ada cara yang lebih baik daripada belajar dari kesalahan masa lalu. Bismillah tegakkan kepala dan teruslah berjalan untuk menjemput kebahagiaan dimasa depan”
(Diah Ayu Rosmita)

RINGKASAN

Proses Pengambilan Keputusan Dalam Menggunakan Go-Jek (Studi Kasus pada Generasi Z Masyarakat Pendalungan Jember); Diah Ayu Rosmita; 150810201040; 2019; 112 Halaman; Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis.

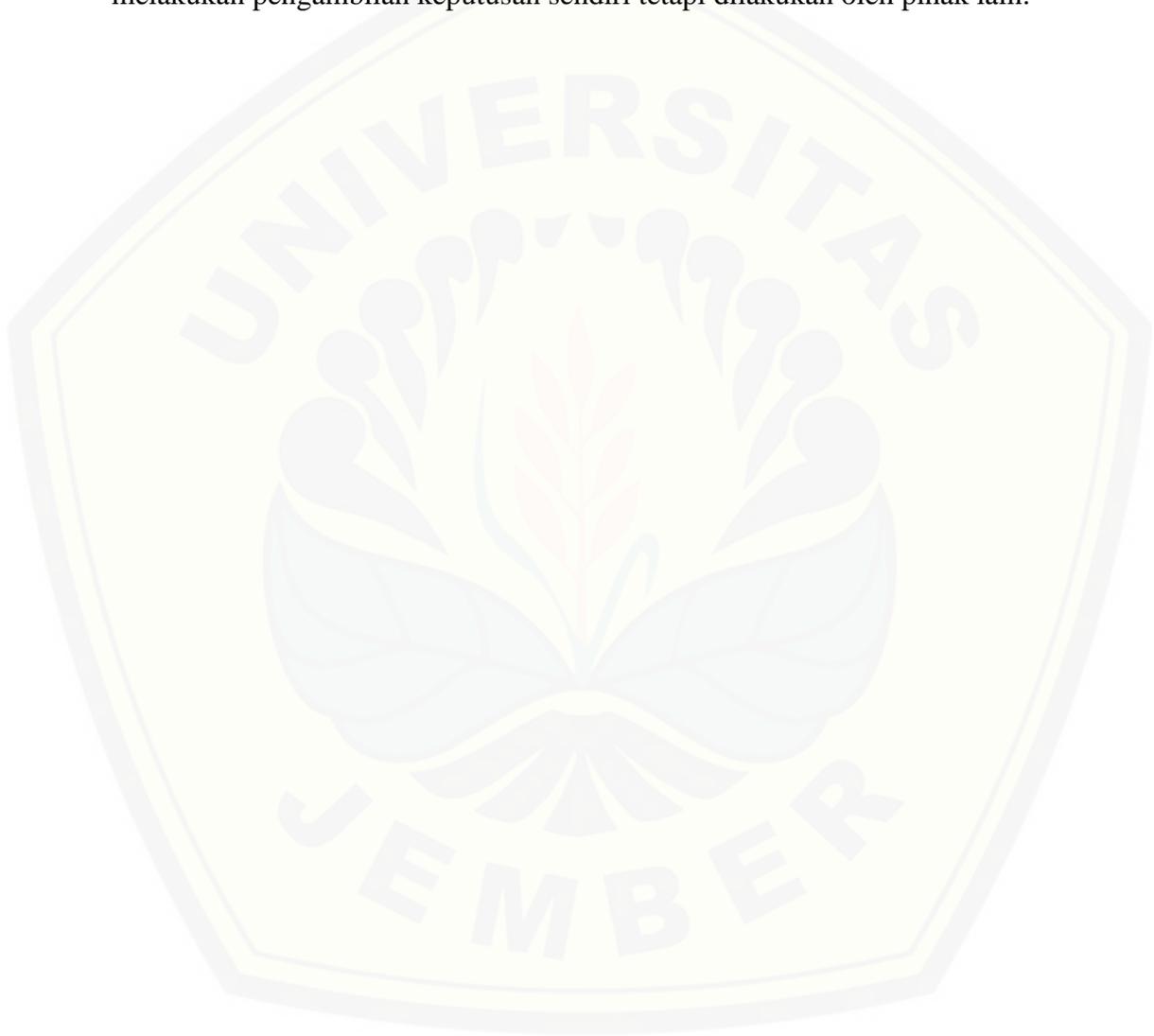
Perkembangan teknologi era globalisasi yang semakin maju menjadikan awal pendorong pesatnya perkembangan dunia digital. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang sangat cepat tanpa disadari telah membawa manusia pada suatu kehidupan dan kebiasaan yang baru. Kemajuan teknologi menjadikan keterbatasan jarak, waktu, dan tempat menjadi lebih dekat. Terinspirasi dari kecanggihan teknologi dan kemudahan yang diinginkan konsumen khususnya generasi z, membuat para pebisnis bersaing dalam menciptakan usaha berbasis teknologi yang dilakukan dalam menyediakan kebutuhan serta keinginan konsumen. Go-Jek menjadi kebutuhan generasi z yang menginginkan sesuatu inovasi yang serba instan, mudah, cepat, terjangkau dan aman. Fenomena Go-Jek ini menjawab kekhawatiran generasi z tentang jaminan keamanan di dalam transportasi umum dengan mengetahui data diri driver yang dipesan.

Proses pengambilan keputusan setiap generasi z masyarakat Pendalungan Jember yang berbeda-beda. Fakta yang ditemui disekitar, menunjukkan bahwa hampir seluruh pelanggan ditemui tergolong dalam generasi z pada masyarakat Pendalungan Jember. Penggunaan layanan Go-Jek untuk setiap pelanggan akan menggunakan proses pengambilan keputusan yang berbeda disebabkan oleh perilaku atau faktor yang mempengaruhi perilaku pelanggan juga berbeda. Maka untuk memahami perilaku pelanggan dalam proses pengambilan keputusan menggunakan jasa layanan Go-Jek. Muncul persepsi dari proses pengambilan keputusan dalam menggunakan Go-Jek oleh generasi z masyarakat Pendalungan Jember.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji proses pengambilan keputusan dalam menggunakan Go-Jek pada generasi z Masyarakat Pendalungan Jember. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pengumpulan data menggunakan cara wawancara dan observasi. Informan ditentukan melalui teknik *Purposeful Sampling* yang artinya informan harus memenuhi beberapa kriteria yang menjadi tujuan dari penelitian. Analisis deskriptif digunakan dengan tujuan untuk membuat deskripsi secara sistematis, faktual, dan akurat tentang fakta-fakta yang ada dilapangan.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa karakteristik generasi z masyarakat Pendalungan Jember dari hasil analisis menunjukkan bahwa memiliki karakteristik yang sama dengan generasi z pada umumnya. Ciri paternalistik dalam Pendalungan sudah tidak teridentifikasi di dalam diri generasi z Masyarakat Pendalungan Jember. Kemajuan teknologi memberikan perubahan besar terhadap

generasi z dalam mengambil keputusan menggunakan inovasi Go-Jek. Proses Pengambilan Keputusan yang dilakukan oleh 11 informan terbagi menjadi 2 macam proses pengambilan keputusan yaitu 5 informan menggunakan 5 tahapan yaitu tahap pengetahuan informasi, tahap persuasi, tahap pengambilan keputusan, tahap evaluasi, tahap pemantapan. Pada 3 informan menggunakan 4 tahapan yaitu tahap pengetahuan informasi, tahap pengambilan keputusan, tahap evaluasi, tahap pemantapan. Sedangkan 3 informan tidak melakukan proses pengambilan keputusan karena pada hasil analisis menunjukkan bahwa informan tersebut tidak melakukan pengambilan keputusan sendiri tetapi dilakukan oleh pihak lain.



SUMMARY

Decision Making Process In Using Go-Jek (Case Study on Generation Z Pandalungan Jember Society);Diah Ayu Rosmita; 150810201040; 2019; 112 pages; Management Faculty of Economics and Business.

Technological developments are advancing globalization makes the initial driver of the rapid development of the digital world. The development of information and communication technology very rapidly unwittingly bring people to a new life and customs. Advances in technology make the limitations of distance, time, and place to be closer. Inspired by the sophistication of the technology and services that consumers want, especially the generation z, making businesses compete in creating a business-based technology made in providing the needs and desires konsumen. Go-jack into the needs of the innovations z who want something almost instantaneous, easy, fast, affordable and safe. This phenomenon of Go-Jek address concerns about the z-generation security in public transport by knowing the personal data that ordered the driver.

The decision making process of each generation z Pandalungan society Jember different. The fact that encountered around, showed that almost all customers encountered belong to the generation of Jember Pandalungan z in the community. Go-Jek service usage for each subscriber will use a different decision-making processes are caused by behaviors or factors that influence customer behavior is also different. So to understand the behavior customers in the decision making process using Go-Jek services. The perception of the decision making process in the use of Go-Jek generation Jember z Pandalungan society.

The purpose of this study was to examine the decision-making process in the use of Go-Jek generation Pandalungan Community z Jember. This study uses a qualitative method of data collection using interviews and observation. Informants are determined through Purposeful sampling technique which means that the informant must meet several criteria that the objectives of the study. Descriptive analysis is used in order to make a systematic description, factual, and accurate about the facts that exist in the field.

Results from this study showed that the characteristics of the people Pandalungan Jember z generation of the results of the analysis showed that had the same characteristics as the generation z in general. Feature paternalistic in Pandalungan is not identified in the self-generation of Community z Pandalungan Jember. Advances in technology provide a big change on the generation of z in the decision to use innovation Go-Jek. Decision Making Process conducted by 11 informant is divided into two kinds of decision-making process, namely 5 informer using five stages: stage of knowledge of information, persuasion stage, decision-making stage, the evaluation phase, the stabilization phase. At 3 informants using 4 stages: stage of knowledge of information, decision-making stage, the evaluation phase, the stabilization phase.

PRAKATA

Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Proses Pengambilan Keputusan Dalam Menggunakan Go-Jek (Studi Kasus Pada Generasi Z Masyarakat Pendalungan Jember)”. Sholawat serta salam tercurahkan kepada junjungan nabi besar Muhammad SAW sebagai tauladan umat manusia di dunia.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih ada kekurangan dan jauh dari kesempurnaan, baik karena keterbatasan ilmu yang dimiliki maupun kemampuan penulis, tetapi berkat pertolongan Allah SWT serta dorongan semangat dari semua pihak, akhirnya penulisan skripsi ini mampu terselesaikan. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Dr Muhammad Miqdad S.E., M.M., Ak., CA., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.
2. Dr. Novi Puspitasari, S.E., M.M., selaku ketua Jurusan S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember
3. Hadi Paramu, S.E., MBA., Ph.D selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.
4. Dr. Mohamad Dimyati, M.Si., selaku Pembimbing I yang telah meluangkan waktunya dan memberikan ilmu, petunjuk, saran, motivasi dan koreksi hingga terselesaikannya skripsi ini.
5. N. Ari Subagio, S.E., M.Si., selaku Pembimbing II yang berkenan memberikan saran, arahan, pikiran dan bimbingan serta motivasi dalam penulisan skripsi ini.
6. Seluruh Dosen Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember yang telah memberikan banyak ilmu sampai akhirnya studi ini dapat terselesaikan.
7. Kedua Orangtuaku tercinta, Bapak Sumardi dan Ibu Sunarti terimakasih atas semua kasih sayang, dukungan, motivasi, doa dan semangat yang telah

diberikan kepada saya. Sehingga saya mampu menjadi pribadi yang lebih baik, terimakasih atas semua persetujuan keluarga, sehingga saya mampu menentukan pilihan hidup dan salam cinta untuk kedua orangtua saya yang telah memberikan semua yang dimilikinya untuk saya.

8. Kakaku tercinta Setya Wismoko dan Erma Rozita yang telah menjadi kakak terbaik yang selalu memberikan dorongan motivasi, semangat dan pengalaman kalian untuk bekal ilmu dikehidupan saya kelak.
9. Seluruh teman-teman seperjuangan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember angkatan 2015.
10. Sahabat tersayang yang menemani, mendukung dan memberikan semangat kepada penulis.
11. Seluruh pihak yang telah membantu dan memberikan bantuan dan dorongan semangat yang tidak dapat disebut satu persatu. Terimakasih sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat dan memberikan pengetahuan tambahan bagi pembaca.

Jember, 28 April 2019

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
MOTTO	vii
RINGKASAN	viii
SUMMARY	x
PRAKATA	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Landasan Teori.....	8
2.1.1 Teori Proses Keputusan Difusi Inovasi	8
2.1.2 Generasi Z	13
2.1.3 Masyarakat Pendalungan.....	15
2.1.4 Teknologi Komunikasi dan Inovasi	17
2.2 Penelitian Terdahulu	20
2.3 Pertanyaan Penelitian.....	24
2.4 Kerangka Konsep Berfikir	26

BAB 3. METODE PENELITIAN.....	29
3.1 Rancangan Penelitian.....	29
3.2 Unit Analisis	29
3.2.1 Subjek Penelitian	29
3.2.2 Informan Penelitian.....	30
3.2.3 Lokasi Penelitian.....	30
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	30
3.3.1 Teknik Pengumpulan Data.....	30
3.3.2 Instrument Pengumpulan Data.....	32
3.4 Validitas Data.....	32
3.5 Teknik Analisis Data.....	33
3.6 Kerangka Pemecahan Masalah	37
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	40
4.1 Gambaran Umum.....	40
4.1.1 Gambaran Umum Wilayah Penelitian	40
4.1.2 Gambaran Umum Subyek Penelitian.....	40
4.2 Hasil Analisis Data	41
4.2.1 Proses Wawancara	41
4.2.2 Reduksi Data.....	65
4.2.3 Penyajian Data	72
4.2.4 Kesimpulan	77
4.3 Pembahasan.....	78
4.3.1 Proses Pengambilan Keputusan	80
4.4 Keterbatasan Penelitian.....	83
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN	84
5.1 Kesimpulan	84
5.2 Saran	85
DAFTAR PUSTAKA	86
LAMPIRAN.....	88

DAFTAR TABEL

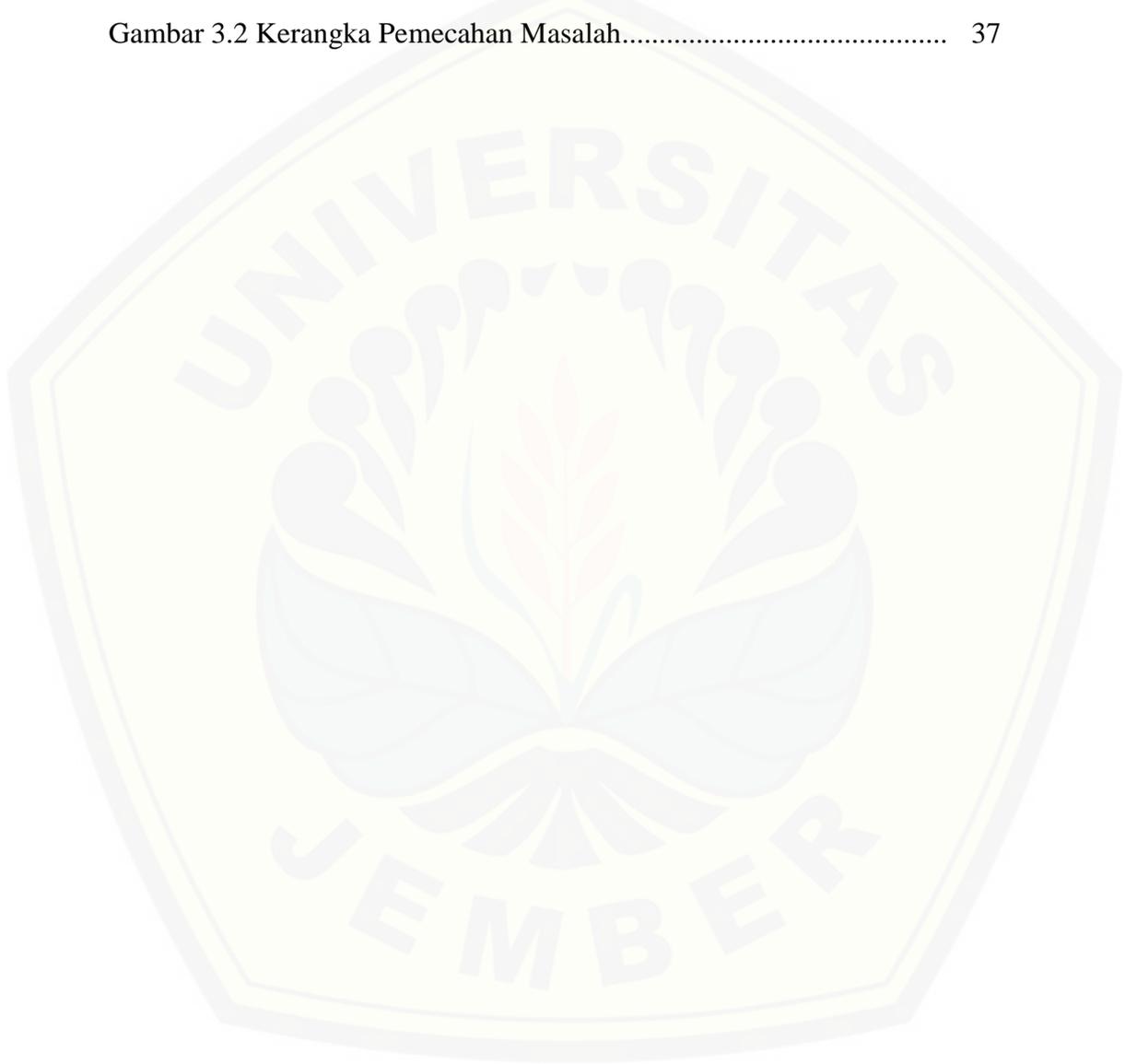
Tabel 1.1 Jumlah Penduduk Berdasarkan Umur di Jember	2
Tabel 2.1 Jumlah Penduduk Kawasan Tapal Kuda.....	16
Tabel 2.2 Perubahan Sosial dengan adanya Inovasi StartUp.....	19
Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu	22
Tabel 4.1 Daftar Informan Pengguna Go-Jek Berdasarkan Usia.....	42
Tabel 4.2 Jadwal Kegiatan Wawancara dan Dokumentasi Peneltian ...	42
Tabel 4.3 Verbatin Wawancara dengan Adinda	44
Tabel 4.4 Verbatin Wawancara dengan Nindya	46
Tabel 4.5 Verbatin Wawancara dengan Nadifa	48
Tabel 4.6 Verbatin Wawancara dengan Naura	50
Tabel 4.7 Verbatin Wawancara dengan Anin	52
Tabel 4.8 Verbatin Wawancara dengan Widya.....	53
Tabel 4.9 Verbatin Wawancara dengan Akbar	56
Tabel 4.10 Verbatin Wawancara dengan Qonita	57
Tabel 4.11 Verbatin Wawancara dengan Lia.....	58
Tabel 4.12 Verbatin Wawancara dengan Ratih.....	60
Tabel 4.13 Verbatin Wawancara dengan Deni	62
Tabel 4.14 Tabulasi Tema Wawancara dengan Adinda	65
Tabel 4.15 Tabulasi Tema Wawancara dengan Nindya.....	65
Tabel 4.16 Tabulasi Tema Wawancara denganNadifa	66
Tabel 4.17 Tabulasi Tema Wawancara dengan Naura.....	66
Tabel 4.18 Tabulasi Tema Wawancara dengan Anin	67
Tabel 4.19 Tabulasi Tema Wawancara dengan Widya.....	67
Tabel 4.20 Tabulasi Tema Wawancara dengan Akbar	67
Tabel 4.21 Tabulasi Tema Wawancara dengan Qonita	68
Tabel 4.22 Tabulasi Tema Wawancara dengan Lia	68
Tabel 4.23 Tabulasi Tema Wawancara dengan Ratih.....	69
Tabel 4.24 Tabulasi Tema Wawancara dengan Deni.....	69

Tabel 4.25 Akumulasi Tema Keseluruhan Informan.....	70
Tabel 4.26 <i>Display</i> Tema Hasil Wawancara Keseluruhan Informan.....	72
Tabel 4.27 Pengambilan Keputusan Generasi Z.....	73
Tabel 4.28 Proses Pengambilan keputusan informan	75



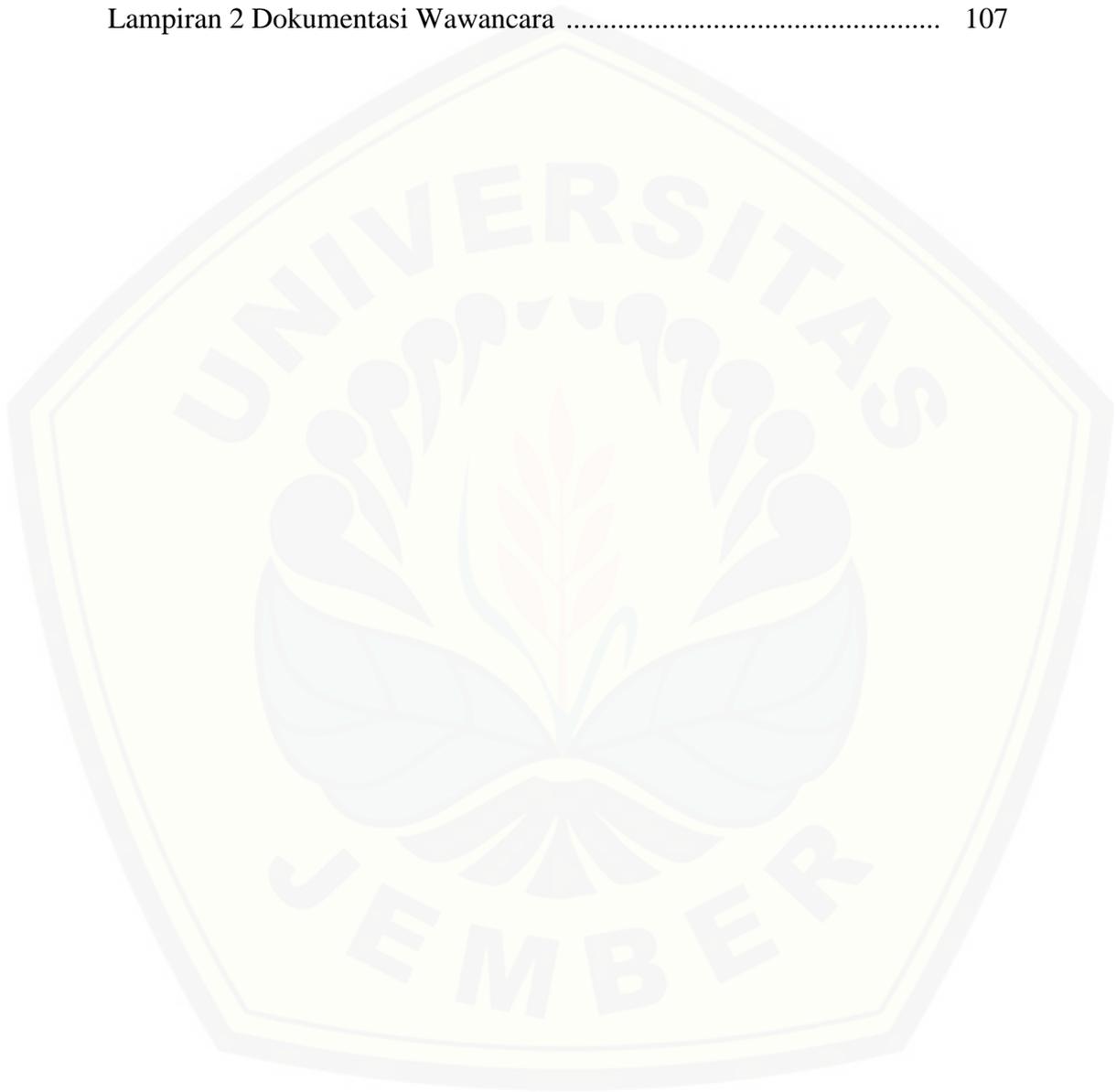
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.4 Kerangka Proses Berfikir	26
Gambar 3.1 Model Interaktif Miles dan Huberman.....	33
Gambar 3.2 Kerangka Pemecahan Masalah.....	37



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Transkrip Wawancara	88
Lampiran 2 Dokumentasi Wawancara	107



BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang (Kontek Penentuan)

Perkembangan teknologi era globalisasi yang semakin maju menjadikan awal pendorong pesatnya perkembangan dunia digital. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang sangat cepat tanpa disadari telah membawa manusia pada suatu kehidupan dan kebiasaan yang baru. Kemajuan teknologi menjadikan keterbatasan jarak, waktu, dan tempat menjadi lebih dekat. Teknologi digital yang meningkat, membuat internet diterima masyarakat karena kemudahan dan efektifitas untuk segala hal. Peningkatan penggunaan internet dari tahun 2016 meningkat 51 persen pengguna pada awal 2017. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang cepat sehingga sebagian besar kegiatannya tidak dapat lepas dari penggunaan komputer dan internet.

Komposisi Internet di Indonesia pada tahun 2017, Pengguna internet Indonesia masih terkonsentrasi di Jawa mencapai 58,08%, dari Sumatera 19,09%, Kalimantan 7,97%, Sulawesi 6,73%, Bali dan Nusa Tenggara 5,63%, Maluku dan Papua 2,49% (APJII,2018). Perkembangan dibidang telekomunikasi dan teknologi menduduki peringkat pertama dalam rangka ikut membawa perubahan pada keadaan sosial masyarakat. Kemajuan teknologi dalam bidang transportasi membuka ladang baru untuk pebisnis dan memberikan kemudahan yang diinginkan konsumen khususnya generasi z. Para pebisnis bersaing dalam menciptakan usaha yang dilakukan dalam menyediakan kebutuhan serta keinginan konsumen.

Generasi z adalah generasi yang lahir dan tumbuh disaat teknologi digital telah berkembang pesat. Generasi z adalah orang yang lahir pada tahun 1995 sampai dengan tahun 2010. Orang yang tergolong dalam Generasi Z kini mereka tumbuh remaja. Generasi ini tergolong dalam golongan yang sangat tidak sabar, mereka menginginkan hasil yang instan. Generasi Z tidak menganggap internet sebagai alat tercanggih karena internet sudah wujud bersama-sama generasi tersebut selama ini. Kehidupan keseharian generasi z sangat bergantung pada

teknologi/internet. Ciri –ciri generasi z masyarakat Pendalungan memiliki kemampuan tinggi dalam mengakses dan mengakomodasi informasi sehingga mereka mendapatkan kesempatan lebih banyak dan terbuka untuk mengembangkan diri. Generasi z masyarakat Pendalungan Jember dalam memenuhi kebutuhan, menuntut para pebisnis untuk melakukan terobosan terbaru dalam layanan berbasis online untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi oleh generasi z. Tabel dibawah ini menunjukkan data jumlah penduduk generasi z Masyarakat Pendalungan Jember yang terdapat di BPS tahun 2015.

Tabel 1.1 Jumlah Penduduk berdasarkan umur di Jember

Umur	Penduduk		
	Laki- Laki	Perempuan	Jumlah
10-14	97 081	93 010	190 091
15-19	100 393	103 129	203 522
20-24	82 279	97 370	179 649
	Jumlah		573 262

Sumber : Badan Pusat Statistik 2015

Perusahaan yang menciptakan atau mendirikan layanan aplikasi berbasis internet di sebut *startup*. Perusahaan *startup* yang sukses diIndonesia adalah Go-Jek. Go-Jek adalah sebuah perusahaan yang menyediakan jasa antar berbasis teknologi bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan pekerja diberbagai sektor informal di Indonesia. Kecepatan, inovasi, dan dampak sosial merupakan nilai utama yang ditanamkan oleh Go-Jek. Pada awal tahun 2017, Go-Jek masuk di Jember dan berkembang pesat dengan memberikan layanan yang menjadi solusi bagi masyarakat Jember. Generasi z masyarakat Pendalungan Jember bisa menikmati layanan transportasi berbasis online. Faktanya Jember adalah kota terakhir di Jawa Timur yang dimasuki oleh Go-Jek. Keberadaan Go-Jek di Jember yang tumbuh pesat seiring kebutuhan masyarakat yang menginginkan kemudahan bagi generasi z dari masyarakat Jember.

Persentase pengguna aplikasi transportasi online di Indonesia tahun 2017 Uber 50.06%, Grab 66.24%, Go-Jek 85.22% (DailySocial.Id, 2018). Terbukti bahwa Go-Jek merupakan aplikasi transportasi online yang paling banyak digunakan oleh masyarakat di Indonesia. Informasi yang didapat dari beberapa

sumber masyarakat Pendalungan Jember bahwa kebutuhan generasi z yang menginginkan sesuatu inovasi yang serba instan, mudah, cepat, terjangkau dan aman. Kehidupan generasi z pada masyarakat Pendalungan saat ini memicu munculnya persaingan bisnis dalam hal teknologi. Go-Jek menyediakan fasilitas yang lengkap yaitu salah satunya Go-Ride yang memberikan layanan jasa antar konsumen dari tempat satu ke tempat lainnya dengan mudah, cepat, dan aman.

Kabupaten Jember merupakan kota Pendalungan sudah cukup lama dikenal. Namun menginjak tahun 2016, tiba-tiba kata ini menjadi buah bibir masyarakat. Bupati Jember mendeklarasikan Jember sebagai Kota Pendalungan, tepatnya pada 14 Mei 2016. Identitas masyarakat Jember merupakan jati diri masyarakat dengan rumusan identitas yang merupakan intisari dari bercampurnya faktor biologis, psikologis, dan sosiologis masyarakat Jember. Karakter masyarakat Pendalungan Jember yang heterogen cenderung bersifat terbuka dan fleksibel. Proses globalisasi telah menyebabkan perubahan terhadap konsep sosial kebudayaan dan pola kebiasaan masyarakat dalam penggunaan jasa layanan transportasi umum. Masyarakat Pendalungan dikawasan Tapal Kuda telah secara langsung merasakan dampak globalisasi tersebut. Pada satu sisi globalisasi bisa sangat menguntungkan dan mendatangkan manfaat, namun disisi lain bisa menjadi ancaman serius bagi eksistensi budaya lokal. Perusahaan *startup* yang ada di Jember mempengaruhi pola perubahan pada kebiasaan generasi z masyarakat Pendalungan Jember.

Fenomena yang paling ramai dibicarakan oleh masyarakat Jember adalah bisnis transportasi berbasis aplikasi online biasa disebut Go-Jek. Masyarakat Pendalungan Jember sekarang dimudahkan dengan adanya sarana transportasi berbasis aplikasi dengan pemesanan yang cepat. Fenomena Go-Jek ini menjawab kekhawatiran masyarakat Jember tentang jaminan keamanan di dalam transportasi umum. Go-Jek menjawab semua kekhawatiran generasi z masyarakat Pendalungan dengan berbagai kelebihan yang diberikan salah satunya mengetahui data diri driver yang dipesan. Aplikasi Go-Jek tersedia informasi lengkap tentang driver seperti nama, foto, kontak, dan nomer kendaraan. Go-Jek memberikan kelebihan yang akan membawa perubahan secara signifikan terhadap kehidupan

sosial generasi z masyarakat Pendalungan Jember. Fenomena Go-Jek menjadi booming dan populer karena menawarkan inovasi-inovasi baru dalam transportasi.

Go-Jek juga mengubah kebiasaan dan sistem sosial di generasi z masyarakat Pendalungan Jember. Pada awalnya, masyarakat Pendalungan Jember menggunakan jasa layanan ojek konvensional sebagai transportasi umum, sekarang generasi z masyarakat Pendalungan Jember merubah kebiasaan lama dan beralih pada transportasi online yaitu Go-Jek. Perusahaan Go-Jek memberikan keamanan dengan asuransi driver dan penumpang membuat generasi z masyarakat Pendalungan menjadi yakin menggunakan jasa transportasi online tersebut. Generasi z masyarakat Pendalungan sering kali berbincang mengenai jasa layanan antar dengan memanfaatkan Go-Jek. Penulis sering memperhatikan perbincangan yang terjadi di kalangan generasi z masyarakat Pendalungan yaitu pada saat pulang sekolah, pulang kerja, atau saat ingin berpergian, mereka memperbincangkan Go-Jek sebagai aplikasi praktis tanpa harus ribet dan bingung.

Karakter masyarakat Pendalungan yang bersifat terbuka membuat perkembangan Go-Jek di Jember semakin berkembang. Penerimaan layanan perusahaan *startup* Go-Jek menjadi kepercayaan masyarakat sekitar. Generasi z masyarakat Pendalungan Jember mempunyai rasa ingin mencoba yang besar. Dengan adanya itu generasi z masyarakat Pendalungan menjadi salah satu target konsumen yang paling besar oleh Go-Jek di Jember. Semua generasi z masyarakat Pendalungan cenderung terpicat oleh kecepatan dan kemudahan yang ditawarkan oleh Go-Jek. Generasi z masyarakat Pendalungan dapat menginstal aplikasi Go-Jek di *smartphone* secara gratis dengan memesan jasa layanan kapanpun dan dimanapun tanpa perlu menunggu dan tawar-menawar harga seperti penggunaan pada ojek konvensional. Kebiasaan lama penggunaan jasa ojek konvensional yang ribet membuat masyarakat Pendalungan Jember beralih untuk merubah kebiasaan lamanya menjadi kebiasaan yang moderen.

Para generasi z masyarakat Pendalungan umumnya banyak yang menggunakan jasa Go-Jek. Pengamatan perilaku generasi z masyarakat Pendalungan Jember yang menggunakan jasa *go-ride* pada Go-Jek terdapat

diberbagai lokasi salah satunya terdapat pada sekolah menengah atas seperti SMA 2 Jember, sekolah menengah pertama seperti SMP 3 Jember, dan area kampus Universitas Jember. Kegiatan pemesanan dilakukan pada penggunaan Go-Jek paling banyak pada saat jam pulang sekolah. Setiap jam pulang sekolah banyak driver Go-Jek yang menunggu didepan SMA atau SMP. Penggunaan jaket Go-Jek pada driver semakin memudahkan proses pengamatan pada lokasi. Kondisi jalan yang macet membuat siswa SMP atau SMA yang termasuk generasi z tidak mungkin melakukan penjemputan dengan mobil karena jalan yang macet pada jam jam tertentu. Solusi yang efektif dan efisien yang dipilih adalah menggunakan jasa Go-Jek. Layanan inovasi yang menjawab semua masalah dari generasi z masyarakat Pendalungan Jember.

Fakta yang terjadi dilapangan terhadap fenomena penggunaan Go-Jek sudah tidak asing bahkan sudah menjadi hal yang biasa pada generasi z masyarakat Pendalungan Jember. Pada area kampus banyak driver yang berlalu-lalang untuk memenuhi permintaan atau pesanan dari pelanggan. Fasilitas yang memenuhi strandart menjadikan Go-Jek dipercayai konsumen dalam menyelesaikan masalah. Fakta yang ditemui disekitar, menunjukkan bahwa hampir seluruh pelanggan ditemui tergolong dalam generasi z pada masyarakat Pendalungan Jember. Proses pengambilan keputusan setiap generasi z masyarakat Pendalungan Jember yang berbeda-beda. Penggunaan layanan Go-Jek setiap pelanggan akan menggunakan proses pengambilan keputusan yang berbeda disebabkan oleh perilaku atau faktor yang mempengaruhi perilaku pelanggan juga berbeda. Generasi z masyarakat Pendalungan Jember melakukan proses keputusan dari setiap pelanggan memiliki kurun waktu tertentu untuk menggunakan jasa layanan ojek online atau Go-Jek. Proses pengambilan keputusan generasi z masyarakat Pendalungan Jember menjadikan unik untuk mengkaji lebih dalam tentang keberagaman setiap pelanggan.

Fenomena ini menjadi hal menarik untuk dikaji lebih dalam karena untuk memahami perilaku pelanggan dalam proses pengambilan keputusan menggunakan jasa layanan Go-Jek. Muncul persepsi dari proses pengambilan keputusan dalam menggunakan Go-Jek oleh generasi z masyarakat Pendalungan

Jember. Setiap proses pengambilan keputusan dari setiap pelanggan Go-Jek pasti berbeda-beda, tergantung bagaimana generasi z menyikapi dan melakukan proses keputusan pelanggan terhadap fenomena tersebut.

1.2 Fokus Penelitian (Rumusan Masalah)

Penelitian ini berfokus pada proses pengambilan keputusan dalam menggunakan Go-Jek pada generasi z masyarakat Pendalungan Jember, yaitu dengan mengungkap bagaimana gambaran proses pengambilan keputusan generasi z masyarakat Pendalungan Jember dalam menggunakan Go-Jek.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengkaji proses pengambilan keputusan dalam menggunakan Go-Jek (Studi kasus pada generasi z pada masyarakat Pendalungan Jember).

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat bagi semua pihak, diantaranya sebagai berikut :

a. Bagi Perkembangan Ilmu Pemasaran

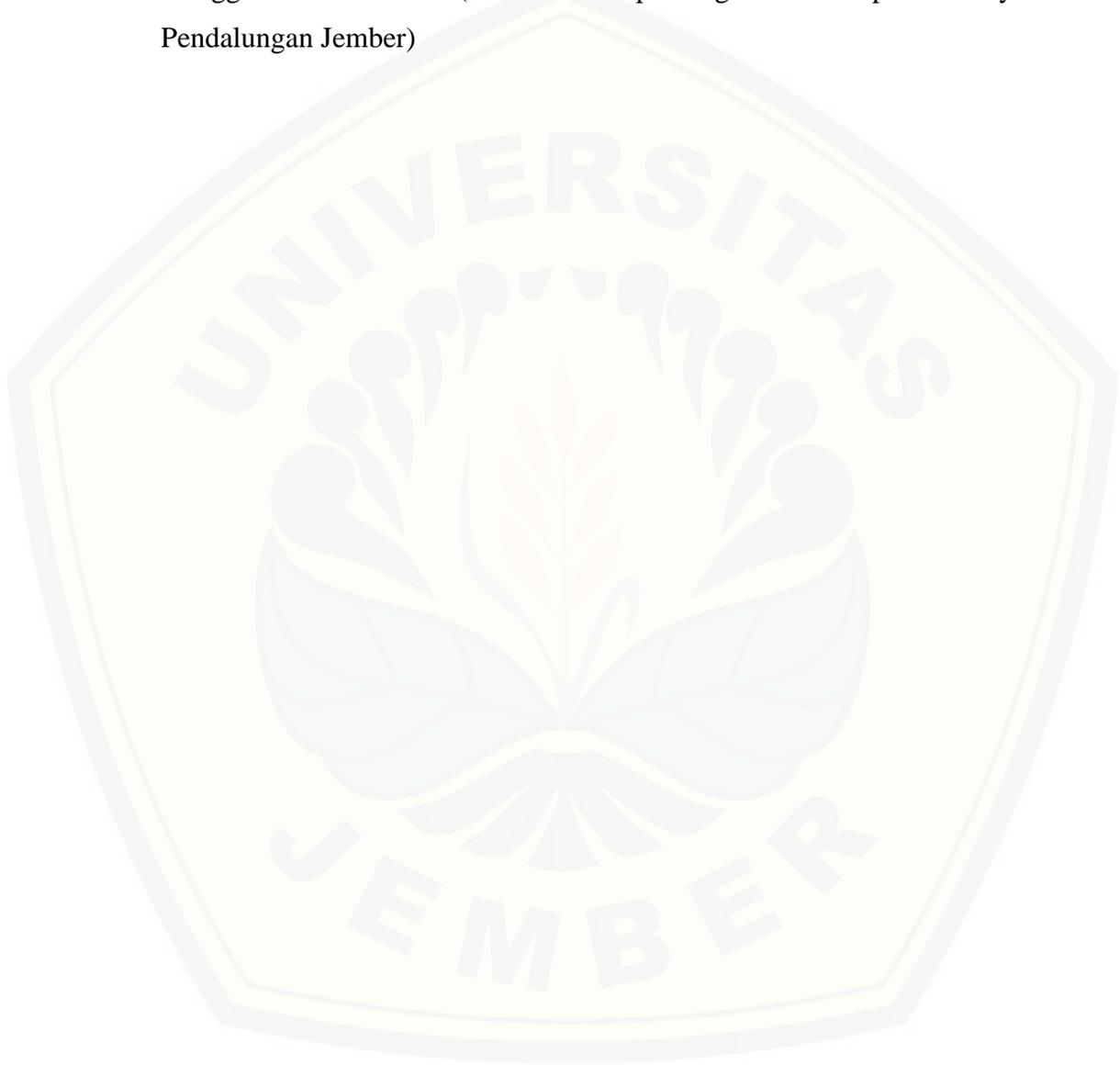
Diharapkan penelitian ini dapat memberikan masukan dalam perkembangan ilmu pemasaran tentang proses pengambilan keputusan konsumen dalam menggunakan inovasi startup Go-Jek, khususnya pada generasi z dengan mempertimbangkan karakteristik generasi tersebut.

b. Bagi Perusahaan Go-Jek

Memberikan pengetahuan mengenai proses pengambilan keputusan yang dilakukan oleh masyarakat Pendalungan Jember khususnya pada perilaku proses pengambilan keputusan pada generasi z. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi tolak ukur perusahaan Go-Jek dalam memberikan pelayanan terbaik untuk masyarakat dalam menghasilkan kepuasan tanpa merugikan pihak lain.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan dapat mengembangkan penelitiannya dengan meminimalkan keterbatasan pada penelitian ini. Selain itu penelitian selanjutnya dapat meneliti secara khusus tentang proses pengambilan keputusan dalam menggunakan Go-Jek (studi kasus pada generasi z pada masyarakat Pandalungan Jember)



BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Proses Keputusan Difusi Inovasi

Penerimaan atau penolakan suatu inovasi adalah keputusan yang dibuat seseorang/individu dalam menerima suatu inovasi. Menurut Rogers (1995), proses pengambilan keputusan inovasi adalah proses mental dimana seseorang/individu berlalu dari pengetahuan pertama mengenai suatu inovasi dengan membentuk suatu sikap terhadap inovasi, sampai memutuskan untuk menolak atau menerima, melaksanakan ide-ide baru dan mengukuhkan terhadap keputusan inovasi. Difusi adalah suatu jenis khusus komunikasi yang berkaitan dengan penyebaran pesan-pesan sebagai ide baru inovasi. Sedangkan komunikasi didefinisikan sebagai proses di mana para pelakunya menciptakan informasi dan saling bertukar informasi untuk mencapai pengertian bersama.

Rogers pada tahun 1995 mendefinisikan difusi sebagai proses di mana suatu inovasi dikomunikasikan melalui saluran tertentu dalam jangka waktu tertentu diantara para anggota suatu sistem sosial. Pada awal kemunculannya teori ini diyakini dimana adanya peran pemimpin opini dalam mempengaruhi sikap dan perilaku masyarakat (Nurudin, 2003:177). Dalam difusi, inovasi dianggap sesuai yang penting karena didalamnya merupakan informasi yang nantinya akan diterima masyarakat dalam proses komunikasi atau melalui kegiatan yang memiliki tujuan menciptakan perubahan sosial. Riset difusi menekankan terjadinya perubahan tingkah laku yang nyata yaitu menerima atau menolak ide baru daripada sekedar perubahan dalam pengetahuan dan sikap tertentu. Rogers menambahkan bahwa difusi adalah inovasi yang dikomunikasi melalui saluran tertentu kepada anggota sistem sosial (Rogers, 1995:5).

a. Unsur dalam Difusi Inovasi

Menurut Rogers (1995) ada empat unsur pokok dalam proses difusi inovasi yaitu sebagai berikut :

1) Inovasi

Inovasi adalah suatu ide, karya atau objek yang dianggap baru oleh seseorang. Menurut Rogers terdapat lima karakter inovasi yaitu.

a) *Relative advantages* (keuntungan relatif)

Relative Advantages adalah sejauh mana inovasi dianggap lebih baik dari ide yang lain yang menggantikannya. Semakin besar keuntungan relative dari suatu inovasi, maka inovasi akan diadopsi semakin cepat.

b) *Compatibility* (kesesuaian)

Compatibility adalah sejauh mana suatu inovasi dianggap konsisten dengan nilai-nilai yang ada, pengalaman masa lalu, dan kebutuhan mereka yang melakukan adopsi. Sebuah ide yang tidak sesuai dengan nilai-nilai dan norma-norma umum dari sistem sosial tidak akan diadopsi dengan cepat.

c) *Complexity* (kerumitan)

Complexity adalah tingkat kesulitan untuk memahami dan menggunakan inovasi. Inovasi yang mudah dipahami akan diadopsi lebih cepat daripada inovasi yang lebih rumit.

d) *Triability* (kemungkinan dicoba)

Triability adalah sejauh mana inovasi dapat diujicoba oleh orang lain.

e) *Observability* (kemungkinan diamati)

Observability adalah sejauh mana hasil suatu inovasi dapat terlihat oleh orang lain. Semakin mudah seseorang melihat hasil sebuah inovasi, semakin besar kemungkinan untuk mengadopsinya.

2) Saluran Komunikasi

Komunikasi adalah proses dimana pelaku yang terlibat membuat dan menyampaikan pesan kepada satu sama lain dengan tujuan untuk mencapai pemahaman yang sama. Sedangkan saluran komunikasi adalah sarana atau perantara yang dipergunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan. Saluran komunikasi sering dengan media komunikasi.

3) Dalam Jangka Waktu tertentu

Innovations rate of adoption adalah kecepatan relatif dengan mana suatu inovasi diadopsi oleh anggota-anggota suatu sistem sosial. *Rate of adoption* atau tingkat adopsi biasanya diukur dengan waktu yang diperlukan untuk presentasi tertentu dari para anggota sistem untuk mengadopsi suatu inovasi.

4) Anggota Sistem Sosial

Dalam sistem sosial ada struktur sosial yang memberikan tingkatan-tingkatan status sosial kepada anggotanya. Berdasarkan tingkatan yang didudukinya, maka mereka dituntut juga peranan yang sesuai. Misalnya sebagai pemuka masyarakat mempunyai tingkatan yang lebih tinggi dibanding anggota masyarakat biasa. Tentunya peranannya juga lain. Difusi inovasi juga dipengaruhi oleh struktur sosial ini, sebaliknya difusi inovasi dapat mempengaruhi pula struktur sosial dalam suatu sistem sosial

b. Proses Keputusan Adopsi Inovasi

Keputusan individu terhadap suatu inovasi merupakan proses yang terjadi dari waktu ke waktu dan terdiri dari serangkaian tindakan. Dalam teori "*innovation-decision process*" yang dikemukakan oleh Rogers, terdapat lima tahap kegiatan dimana seorang adopter akan melaluinya sebelum memutuskan untuk menerima suatu inovasi seperti berikut ini;

1) *Knowledge* (Tahap Pengetahuan)

Tahap pengetahuan dimulai ketika individu terkena keberadaan inovasi, informasi mengenai beberapa keuntungan inovasi dan bagaimana fungsi suatu inovasi tersebut. Terdapat tiga jenis pengetahuan, pertama adalah pengetahuan kesadaran, yakni pengetahuan kesadaran akan adanya inovasi seperti yang dibicarakan diatas. Kedua, pengetahuan teknis yang meliputi informasi yang diperlukan mengenai cara pemakaian inovasi. Ketiga adalah pengetahuan prinsip, yaitu berkenaan dengan prinsip-prinsip berfungsinya suatu inovasi (Hanafi, 1981:43).

2) *Persuasion* (Tahap Persuasi)

Tahap persuasi terjadi dalam tingkat pemikiran calon adopter. Secara psikologis calon adopter mulai tertarik terhadap inovasi dan mulai mencari informasi lebih mengenai inovasi tersebut. Setelah informasi diterima ia akan menafsirkan informasi tersebut. Dengan demikian persepsi sangat penting dalam menentukan perilaku calon adopter dalam tahap persuasi. Pertimbangan ini terjadi karena setiap proses inovasi mengandung resiko subyektif tertentu pada seseorang. Individu terkait tidak tahu persis akibat yang akan diperoleh. Karenanya ia memperkuat sikap terhadap inovasi tersebut dengan meyakinkan pikirannya bahwa ia berada pada jalan yang selaras dengan teman-temannya melalui komunikasi saluran interpersonal (Hanafi, 1981:45).

3) *Decision* (Tahap Pengambilan Keputusan)

Tahap pengambilan keputusan terjadi ketika individu atau calon adopter terlibat dalam proses yang menyebabkan pilihan untuk mengadopsi atau menolak inovasi. Keputusan ini meliputi pertimbangan yang biasanya diikuti oleh percobaan dari inovasi sebagai dasar kemungkinan inovasi tersebut apakah berguna bagi dirinya. Penggunaan skala kecil ini dapat mempengaruhi penerimaan yang lebih cepat.

4) *Implementation*

Tahapan ini terjadi ketika individu atau calon adopter menetapkan penggunaan suatu inovasi. Seseorang atau adopter mulai menggunakan inovasi sambil mempelajari lebih jauh mengenai inovasi tersebut. Tingkat ketidakpastian tertentu mengenai inovasi masih ada di dalam diri individu atau adopter saat menggunakan inovasi tersebut, meskipun keputusan untuk mengadopsi telah dibuat sebelumnya.

5) *Confirmation* (Tahap Pemantapan)

Dalam tahap pemantapan ini, seorang adopter berusaha untuk menguatkan keputusan yang sudah dibuat mengenai suatu inovasi. Tetapi tidak menutup kemungkinan seorang adopter mengubah keputusannya pada tahap ini. Sepanjang tahap pemantapan ini seorang adopter akan menghindari keadaan disonansi atau mengurangnya bila terjadi.

Proses adopsi membuahkan sebuah proses perubahan tingkah laku manusia. Seseorang jika merasakan adanya ketidakselarasan, biasanya mereka terdorong untuk mengurasi keadaan dengan merubah pengetahuan, sikap atau tindakan.

c. Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Adopsi Inovasi

Efek adalah salah satu tujuan dari adanya difusi dan adopsi inovasi. Dalam penelitian ini efek lebih yang dimaksud adalah keputusan akhir yang dapat berupa penerimaan dari adanya Inovasi Go-Jek. Berikut ini peneliti akan menjelaskan faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan tersebut (Nurudin, 2013:214), yaitu:

1) Faktor Individu

a) *Selection Attention*

Adalah individu yang cenderung menerima terpaan pesan media massa yang sesuai dengan pendapat dan minat. Disamping itu, ia juga akan menghindari pesan-pesan yang tidak sesuai dengan pendapat dan minat.

b) *Selective Perception*

Adalah individu secara sadar akan mencari media yang bisa mendorong kecenderungan dirinya. Jadi, individu aktif mencari informasi yang bisa memperkuat keyakinannya.

c) *Selective Retention*

Adalah kecenderungan seseorang hanya mengingat pesan yang sesuai dengan pendapat dan kebutuhan dirinya sendiri.

d) Motivasi

Adalah motif atau alasan mengapa seseorang menikmati sesuatu yang dari kebutuhannya.

e) Kepercayaan

Adalah keyakinan yang mengarah pada kegunaan atau keuntungan seperti apa yang didapat dari penggunaan sesuatu yang ia percaya.

f) Pembujukan

Adalah seseorang menerima atau terpengaruh pesan-pesan dari orang lain ataupun media massa.

2) Faktor Sosial

Dalam faktor sosial dilihat dari individu pada gejala sosial dengan merumuskan enam faktor sosial yang mempengaruhi efek, diantaranya umur, jenis kelamin, tempat tinggal, agama, pekerjaan dan pendapatan (Nurudin, 2013:221).

2.1.2 Generasi Z

a. Definisi Generasi

Pada teori generasi (*Generation Theory*) dari awal keberadaannya dikenal oleh masyarakat sampai saat ini ada sebanyak lima generasi, yaitu :

1) Generasi *Baby Boomer*

Generasi ini merupakan orang-orang yang lahir pada kurun waktu sejak tahun 1946 sampai dengan tahun 1964.

2) Generasi X

Generasi ini merupakan orang-orang yang lahir pada kurun waktu sejak tahun 1965 sampai dengan tahun 1980.

3) Generasi Y

Generasi ini merupakan orang-orang yang lahir pada kurun waktu sejak tahun 1981 sampai dengan tahun 1994.

4) Generasi Z

Generasi ini merupakan orang-orang yang lahir pada kurun waktu sejak tahun 1995 sampai dengan tahun 2010.

5) Generasi Alpha

Generasi ini merupakan orang-orang yang lahir pada kurun waktu sejak tahun 2011 sampai dengan tahun 2015.

Hellen Chou P. (2012: 35) memberikan pengertian terhadap istilah generasi Z:

Generasi Z atau yang kemudian banyak dikenal dengan generasi digital merupakan generasi muda yang tumbuh dan berkembang dengan sebuah ketergantungan yang besar pada teknologi digital.

Berdasarkan apa yang dikemukakan oleh Hellen Chou tersebut maka tidak mengherankan apabila pada usia muda, orang-orang yang notabene masih berstatus sebagai siswa telah terampil dalam penguasaan teknologi. Generasi Z memiliki karakteristik yang khas dimana internet mulai berkembang dan tumbuh sejalan dengan perkembangan media digital sehingga mereka mendapatkan kesempatan lebih banyak dan terbuka untuk mengembangkan diri.

Orang-orang termasuk dalam generasi z sejak dini sudah mengenal atau mungkin bisa juga diperkenalkan dan terbiasa dengan berbagai macam dan bentuk *gadgets* serta aplikasi yang canggih tersebut. Hal baik atau buruk dari hal ini memberikan pengaruh pada pertumbuhan perilaku, kepribadian, dan cara berkomunikasi mengambil suatu keputusan dengan cepat. Disamping itu kelemahan anak generasi z adalah kurang terampil dalam komunikasi verbal. Generasi z kurang menyukai proses, mereka pada umumnya kurang sabar dan menyukai hal-hal yang serba instan.

b. Karakteristik Generasi Z

Generasi Z memiliki karakteristik yang konservatif, lebih bertanggung jawab, inovatif, dan terbiasa dengan sumber teknologi tinggi dan informasi. Generasi Z merupakan generasi yang paling imajinatif dan memiliki gaya hidup yang tidak pernah lepas dari internet. Menurut Luntungan (2014) terdapat 5 kunci karakter yang dimiliki oleh generasi Z. Salah satu karakter yaitu generasi Z merupakan generasi *social media*.

Menurut Akhmad Sudrajat (2012), karakteristik umum dari generasi z diantaranya adalah:

1) Fasih Teknologi

Generasi Z atau “Generasi Digital” merupakan generasi yang mahir dan gandrung akan teknologi informasi dan berbagai aplikasi komputer. generasi

z dapat mengakses berbagai informasi yang mereka butuhkan secara mudah dan cepat, baik untuk kepentingan pendidikan maupun kepentingan hidup kesehariannya.

2) Sosial

Generasi Z Intens berkomunikasi dan berinteraksi dengan semua kalangan, khususnya dengan teman sebaya melalui berbagai situs jejaring, seperti Facebook, Twitter, atau melalui SMS. Media yang digunakan oleh generasi z bisa mengekspresikan apa yang dirasakan dan dipikirkannya secara spontan. Generasi z cenderung toleran dengan perbedaan kultur dan sangat peduli dengan lingkungan.

3) Multitasking

Generasi z terbiasa dengan berbagai aktivitas dalam satu waktu yang bersamaan. Generasi z bisa melakukan kegiatan membaca, berbicara, menonton dengan waktu yang bersamaan. Generasi z menginginkan segala sesuatunya dapat dilakukan dan berjalan secara serba cepat serta tidak menginginkan hal yang bertele-tele.

2.1.3 Masyarakat Pendalungan

a. Definisi Kebudayaan Pendalungan

Istilah Pendalungan telah cukup lama digunakan untuk mengidentifikasi berbagai hal yang berkaitan dengan identitas kultural secara luas oleh masyarakat di kawasan Tapal Kuda, Jawa Timur. Secara administratif kawasan kebudayaan Pendalungan meliputi Kabupaten dan Kota Pasuruan, Kabupaten dan Kota Probolinggo, Kabupaten Situbondo, Kabupaten Bondowoso, Kabupaten Jember, Kabupaten Lumajang, Kabupaten Banyuwangi. Persebaran penduduk dikawasan Tapal Kuda, berdasarkan angka yang diperoleh dari BPS Provinsi Jawa Timur tahun 2017 adalah sebagai berikut:

Tabel 2.1. Jumlah Penduduk Kawasan Tapal Kuda

No	Daerah	Jumlah Jiwa
1.	Kab. Lumajang	1.030.193
2.	Kab. Jember	2.407.115
3.	Kab. Banyuwangi	1.594.083
4.	Kab. Bondowoso	761.205
5.	Kab. Situbondo	669.713
6.	Kab. Probolinggo	1.140.480
7.	Kab. Pasuruan	1.581.787
8.	Kota Probolinggo	229.013
9.	Kota Pasuruan	194.815
Jumlah Total		9.608.404

Sumber. BPS Provinsi Jawa Timur, 2017

Yuswadi dalam Ilham (2005) mendefinisikan kata Pendalungan sebagai (1) sebuah percampuran antara budaya Jawa dan Madura dan (2) masyarakat Madura yang lahir di wilayah Jawa dan beradaptasi dengan budaya Jawa. Sukimi (2014) menyebutkan bahwa sesuatu keunikan yang ada pada seseorang atau masyarakat seringkali dijadikan sebagai elemen penting bagi pengenalan identitas orang atau kelompok tersebut. Masyarakat Pendalungan pada masa kini, sebagaimana masyarakat lainnya, tidak bisa menghindari dari media. Tidak ada seorang pun saat ini dapat melepaskan diri dan intervensi dan pengaruh media seperti internet.

Proses globalisasi telah menyebabkan perubahan terhadap konsep kebudayaan yang awalnya memiliki batasan teritorial yang konkrit menjadi sesuatu yang kompleks dan abstrak. Hal ini menjadi kebudayaan dan identitas sebuah kelompok masyarakat, yang pada awalnya cukup jelas, menjadi sulit untuk diidentifikasi. Dalam banyak aspek, masyarakat Pendalungan dikawasan Tapal Kuda telah secara langsung merasakan dampak globalisasi tersebut. Pada satu sisi globalisasi bisa sangat menguntungkan dan mendatangkan manfaat, namun disisi lain bisa menjadi ancaman serius bagi eksistensi budaya lokal.

Perkembangan teknologi komunikasi modern yang demikian dahsyat, dengan daya jangkau yang begitu mendasar terhadap seluruh sendi kehidupan masyarakat, Maka entitas kebudayaan yang berkembang di wilayah Pandalungan tidak lagi hanya diwarnai budaya Jawa, Madura, serta budaya sejumlah etnis minoritas lainnya, tetapi telah dalamnya niai nasional dan internasional.

b. Karakteristik Masyarakat Pandalungan

Beberapa karakteristik kebudayaan masyarakat Pandalungan cenderung lebih terbuka, moderat, dan demokratis (Ilham, 2017). Secara umum karakter masyarakat Pandalungan adalah bersifat terbuka dan mau menerima perbedaan, religius, lugas, temperamental, serta kerja keras. Selain itu, masyarakat memiliki sifat solidaritas tinggi.

Dikawasan Tapal Kuda, Pandalungan sebagai sebuah konsep budaya harus diberi ruang untuk berkembang dan memantapkan diri. Sutarto dalam Ilham (2006) beranggapan bahwa ciri-ciri masyarakat Pandalungan adalah :

- 1) Terbuka terhadap perubahan dan mudah beradaptasi,
- 2) Paternalistik yaitu keputusan bertindak mengikuti keputusan yang diambil oleh para tokoh yang dijadikan panutan,
- 3) Ekspresif, transparan, tidak suka basa basi
- 4) Sedikit keras dan temperamental.
- 5) Ikatan kekeluargaan sangat solid sehingga penyelesaian masalah seringkali dilakukan dengan cara keroyokan

2.1.4 Teknologi Komunikasi dan Inovasi

a. Definisi Teknologi Komunikasi dan Inovasi

Perkembangan teknologi saat ini paling signifikan adalah perkembangan teknologi komunikasi yang bahkan memberikan dampak pada perubahan sosial dalam masyarakat. Pesatnya teknologi komunikasi memungkinkan seseorang untuk saling berhubungan dan memenuhi kebutuhan komunikasi secara tidak terbatas. Teknologi komunikasi dikatakan tepat guna jika penggunaannya sesuai

dengan kebutuhan dan kondisi yang ada pada masa kini. Teknologi komunikasi tepat guna juga dijadikan solusi bagi permasalahan dalam masyarakat. Menurut Wiratri *et al* (2016:715) Adapun teknologi komunikasi tepat guna memiliki kriteria yaitu:

- 1) Apabila teknologi komunikasi itu dapat mempergunakan semaksimal dan seluas mungkin sumber-sumber yang tersedia di suatu tempat.
- 2) Apabila teknologi komunikasi tersebut sesuai dengan keadaan ekonomi dan sosial masyarakat setempat.
- 3) Apabila teknologi komunikasi membantu memecahkan masalah dan persoalan yang sebelumnya ada di dalam masyarakat.

Inovasi dikaitkan dengan teknologi komunikasi yaitu saat teknologi komunikasi tersebut digunakan untuk mengkomunikasikan sesuatu yang baru (inovasi) di masyarakat. Teknologi komunikasi yang berhubungan dengan media teknologi dan juga media komunikasi yang digunakan. Go-Jek menggunakan media untuk berbagai mediaa yaitu media sosial untuk menyampaikan inovasi tersebut. Sedangkan pendekatan komunikasi adalah dengan menggunakan berbagai fitur atau desain aplikasi yang unik dan kreatif sehingga menarik para konsumen. Inovasi berlangsung pada sistem sosial yang sudah mulai terbuka terhadap ide-ide baru, paling tidak ditandai dengan perubahan wawasan, pandangan, sikap, dan kemudian perubahan perilaku.

b. Perubahan Sosial

Menurut Wiratri *et al* (2016:727) terdapat perubahan mindset masyarakat akan Ojek Online (*startup*) dan penggunaan teknologi komunikasi untuk pemesanan transportasi umum. Secara jelas dan ringkas perubahan sistem sosial masyarakat dengan adanya bisnis transportasi Ojek online (*startup*) dapat dijabarkan dalam tabel dibawah ini:

Tabel 2.2 Perubahan sosial dengan adanya Inovasi *Startup* (Go-Jek)

No	Sebelum adanya Inovasi <i>Startup</i>	Sesudah adanya inovasi <i>Startup</i>
1	Pemesanan secara konvensional	Pemesanan secara online menggunakan aplikasi Ojek Online yang diinstal didalam Smartphone penggunaanya
2	Keterbatasa tempat dan waktu untuk menggunakan transportasi umum	Kapan saja dan dimana saja (24 jam) masyarakat dapat mengakses, memesan dan menggunakan transportasi umum
3	Masalah Kemacetan menjadi hambatan transportasi umum	Solusi transportasi saat ada kemacetan
4	Kurangnya keamanan Transportasi umum	Keamanan Transportasi Ojek Online yang terjamin
5	Citra Ojek sebagai pekerjaan rendahan	Peningkatan citra Ojek sebagai pekerjaan yang bergengsing
6	Tidak adanya standar operasional pelayanan pada jasa transportasi	Adanya standar operasional pelayanan pada Ojek Online (startup) : Pelayanan yang ramah, bersih, rapi dan sesuai dengan standar keamanan pengendara
7	Belum adanya bisnis dibidang jasa yang mengkolaborasikan dengan teknologi komunikasi internet.	Semakin banyak bisnis dibidang jasa yang mengkolaborasikan dengan teknologi komunikasi internet terutama untuk pemesanan penggunaan jasa tersebut

Sumber : Wiratri *et al* (2016:727)

Perkembangan teknologi komunikasi menyebabkan perubahan sosial yang terjadi di masyarakat. Perubahan perilaku masyarakat dengan beralih pada teknologi komunikasi dalam menggunakan layanan transportasi umum. *Mindset* masyarakat beralih pada inovasi yang menimbulkan kemudahan bagi penggunaanya akan lebih diterima secara cepat dan dipercaya oleh masyarakat daripada penggunaan layanan sebelum adanya inovasi.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Junaidi (2017) fokus dalam menggambarkan dan mengungkapkan proses pengambilan keputusan yang dilakukan oleh mahasiswa untuk kuliah sambil kerja. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, menggunakan triangulasi sebagai validasi data. Metode pengumpulan data diperoleh dengan cara observasi, wawancara mendalam, serta studi dokumen, karya dan produk tertentu yang berkaitan dengan informan. Hasil dari penelitian ini adalah menghasilkan temuan bahwa informan 1 mengalami proses: 1) Menilai masalah 2) mencari alternatif pilihan 3) membuat komitmen 4) mempersiapkan diri menghadapi umpan balik. Temuan selanjutnya bahwa informan 2 mengalami tahap: 1) menilai masalah 2) mencari alternative pilihan 3) mempertimbangkan alternative pilihan 4) membuat komitmen 5) mempersiapkan diri menghadapi umpan balik. Dan temuan teraktir pada informan 3 : 1) menilai masalah 2) mencari alternative 3) membuat komitmen 4) mempersiapkan diri menghadapi umpan balik. Ketidaksamaan dalam proses pengambilan keputusan tersebut disebabkan oleh informan 2 adalah seorang mahasiswa berasal dari Jawa Timur, sedangkan informan 1 dan 3 adalah mahasiswa yang berasal dari Madura. Setiap etnis di Indoesia memiliki keunikan karakter dan kepribadian yang berbeda. Dalam pengambilan keputusan, proses yang dilakukan terkadang tidak selalu berurutan. Adakalanya individu mengambil keputusan dengan proses yang cepat, maka ia dapat melewati satu atau dua tahap sekaligus.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh farah (2017) bertujuan untuk mengetahui bagaimana difusi inovasi, adaptasi inovasi, dan faktor-faktor yang mempengaruhi dalam adopsi inovasi *cyber village* di kalangan remaja. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, jenis penelitian yang diterapkan adalah deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Difusi Inovasi berjalan dengan baik dimana *Cyber Village* merupakan inovasi yang memiliki nilai keuntungan, keberadaanya tidak mengganggu nilai dan norma serta adat kebudayaan yang ada di Desa Campurejo, mudah diterapkan dan dapat dicoba terlebih dahulu oleh remaja desa serta memberikan manfaat yang dapat dirasakan secara langsung. Remaja sebagai *adopter* melalui semua tahapan yang akhirnya kelima remaja

memutuskan untuk menerima dan menggunakan jaringan WiFi dimana merupakan bentuk dari inovasi *cyber village*. Faktor individu dalam penelitian ini tiga diantaranya mempengaruhi proses adopsi inovasi, yaitu *selective perception*, motivasi dan kepercayaan. Sedangkan tiga diataranya tidak berpengaruh, yaitu pembujukan, *selective retention* dan *selective attention*. Selain itu terdapat enam faktor sosial yang digunakan dalam penelitian ini. Tempat tinggal, pekerjaan dan pendapatan berpengaruh pada proses adopsi inovasi. Sedangkan umur, jenis kelamin dan agama tidak berpengaruh pada proses adopsi.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Fania (2016) bertujuan untuk memperoleh data dan informasi mengenai makna penggunaan ojek online sebagai strategi pengguna untuk mengurangi risiko yang terjadi dalam hal ketidakpastiaan moda transportasi beserta dalam ragam fitur teknologi yang mendukung usaha tersebut. Metode kualitatif dalam memahami dan menjelaskan realita sosial yang dialami informan. Teknik pengumpulan data menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dan melakukan observasi. Sedangkan data sekunder diperoleh melalui sumber literatur dan situs internet. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna Go-Jek di Jakarta yang rutin menggunakan Go-Jek paling sedikit tiga kali dalam seminggu. Hasil dari penelitian Fania (2016) adalah Go-Jek muncul sebagai bentuk inovasi dari ojek konvensional karena memasukan unsur teknologi didalamnya. Masyarakat berusaha mengatasi resiko ketidakpastian dan kemacetan yang ada melalui modal kreativitas digitalnya. Go-Jek sebagai moda transportasi ojek berbasis teknologi aplikasi mampu meminimalisir risiko dalam hal waktu, kemudahan, biaya dan keamanan.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Anis *et al* (2017) bertujuan untuk mengetahui persepsi masyarakat terhadap penggunaan transportasi online di Surabaya (Go-Jek). Jenis penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode indepth interview dengan melakukan wawancara secara mendalam kepada informan yang berjumlah 10 orang dilatar belakang usia dan profesi yang berbeda. Teknik analisis yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif yang berguna untuk memberikan

fakta dan data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi masyarakat terhadap penggunaan transportasi online (Go-Jek) berpengaruh signifikan dan positif. Persepsi masyarakat terbukti bahwa dapat mempengaruhi pandangan terhadap transportasi online. Dikarenakan transportasi online melakukan pelayanan terhadap masyarakat, maka mulai dari kinerja maupun atribut transportasi dapat mempengaruhi persepsi masyarakat. Kesuksesan sebuah pelayanan dibidang jasa ditunjang oleh kinerja para pengemudi transportasi online pada saat memberikan pelayanan terhadap masyarakat. Pelayanan yang diberikan akan mempengaruhi persepsi masyarakat sebagai konsumen baik itu persepsi buruk maupun persepsi yang baik terhadap transportasi online.

Penelitian terdahulu diatas dapat dilihat secara ringkas pada tabel 2.3 dibawah ini.

Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu

Nama (Tahun)	Objek Penelitian	Variabel yang Diteliti	Metode Analisis	Hasil dan Kesimpulan Penelitian
Junaidi (2017)	mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya untuk kuliah sambil kerja.	Proses Pengambilan keputusan (<i>Decision Making</i>) untuk kuliah sambil kerja	Metode kualitatif <i>Purposive sampling</i>	Ketidaksamaan dalam proses pengambilan keputusan disebabkan oleh etnis di Indonesia memiliki keunikan karakter dan kepribadian yang berbeda. Dalam pengambilan keputusan, proses yang dilakukan terkadang tidak selalu berurutan. Adakalanya individu mengambil keputusan dengan proses yang cepat, maka ia dapat melewati satu atau dua tahap sekaligus.
Farah (2017)	Kalangan Remaja Desa Campurejo Kecamatan Tretep	Difusi dan Adopsi inovasi <i>cyber village</i> sebagai	Metode Kualitatif	Difusi Inovasi berjalan dengan baik dimana <i>Cyber Village</i> merupakan inovasi yang memiliki nilai

	Temanggung	fasilitas internet desa		keuntungan, keberadaanya tidak mengganggu nilai dan norma serta adat kebudayaan. Proses adopsi inovasi dalam penelitian ini masing-masing remaja melalui lima tahapan adopsi. Faktor individu dalam penelitian ini tiga diantaranya mempengaruhi proses adopsi inovasi, yaitu <i>selective perception</i> , motivasi dan kepercayaan. Sedangkan tiga diataranya tidak berpengaruh, yaitu pembujukan, <i>selective retention</i> dan <i>selective attention</i> .
Fania Darma Amajida (2016)	Pengguna Go-Jek Jakarta	Kreatifitas di Digital dalam masyarakat risiko perkotaan: Studi tentang ojek online "Go-Jek" di Jakarta	Metode kualitatif	Go-Jek muncul sebagai bentuk inovasi dari ojek konvensional karena memasukan unsur teknologi didalamnya. Masyarakat berusaha mengatasi resiko ketidakpastian dan kemacetan yang ada melalui modal kreativitas digitalnya. Go-Jek sebagai moda transportasi ojek berbasis teknologi aplikasi mampu meminimalisir risiko dalam hal waktu, kemudahan, biaya dan keamanan.
Anis Agustin, Khuzaini	Pengguna Go-Jek masyarakat	Persepsi masyarakat terhadap	Metode kualitatif	persepsi masyarakat terhadap penggunaan transportasi online (Go-

(2017)	Surabaya	penggunaan transportasi online (Go-Jek) Surabaya	Jek) berpengaruh signifikan dan positif. Persepsi masyarakat terbukti bahwa dapat mempengaruhi pandangan terhadap transportasi online. Dikarenakan transportasi online melakukan pelayanan terhadap masyarakat, maka mulai dari kinerja maupun atribut transportasi dapat mempengaruhi persepsi masyarakat.
--------	----------	--	---

Sumber. Junaidi (2017), Farah (2017), Fania Darma Amajida (2016), Anis Agustin dan Khuzaini (2017).

Penelitian terdahulu berguna sebagai referensi peneliti agar bisa membandingkan hasil penelitian yang satu dengan penelitian yang lainnya. Hasil penelitian terdahulu bisa menjadi tolak ukur atau acuan seorang peneliti untuk pengembangan wawasan tentang subjek atau objek yang diteliti. Penelitian terdahulu yang disajikan dalam tabel diatas merupakan penelitian kualitatif. Perbedaan peneliti ini dengan penelitian terdahulu adalah penelitiann terdahulu hanya meneliti kreatifitas digital atau inovasi pada perusahaan berbasis digital (*Startup*) secara umum dan proses pengambilan keputusan dengan penelitian secara terpisah. Sedangkan penelitian ini meneliti proses pengambilan keputusan dalam menggunakan Go-Jek secara umum berdasarkan Generasi Z pada Masyarakat Pendalungan Jember.

2.3 Pertanyaan Penelitian

Penelitian ini akan menggali informasi tentang proses pengambilan keputusan dalam menggunakan Go-Jek (Studi kasus pada generasi z masyarakat Pendalungan Jember) dalam penggunaan Go-Jek. Pertanyaan ini hanya sebagai pertanyaan pokok yang dibuat sebagai pedoman wawancara oleh peneliti. Saat

wawancara berlangsung, pertanyaan bisa mengembang sesuai dengan kondisi dilapangan.

a. Unsur dalam Difusi Inovasi

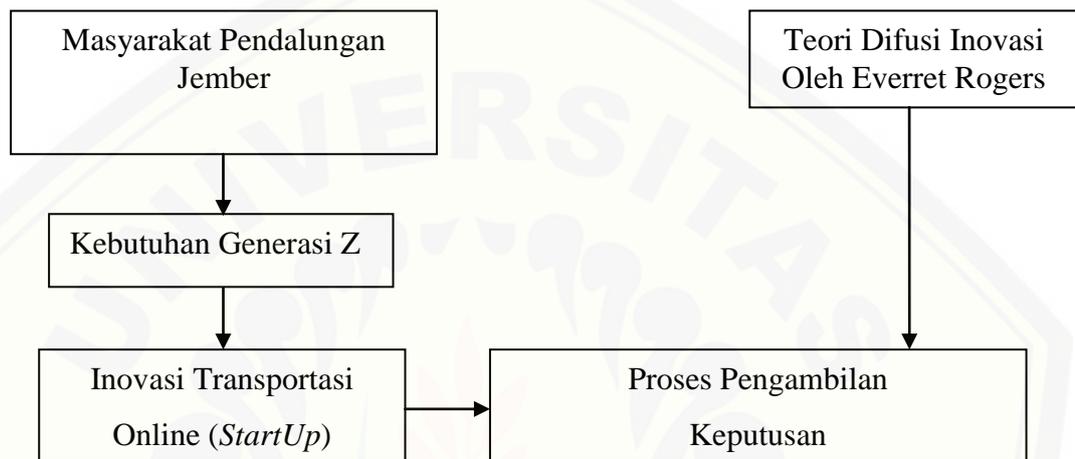
- 1) Keuntungan apa saja yang anda dapatkan setelah menggunakan inovasi Go-Jek?
- 2) Dari kondisi sebelum ada inovasi Go-Jek, Adakah kesesuaian dengan kondisi sekarang?
- 3) Adakah kesulitan saat memahami atau menggunakan inovasi Go-Jek?
- 4) Membutuhkan waktu berapa lama untuk anda memahami cara pemakaian Go-Jek?
- 5) Apakah sebelum menggunakan Go-jek, anda melakukan pengamatan terlebih dahulu?
- 6) Apakah media yang digunakan dalam aplikasi Go-Jek memberikan kemudahan?

b. Proses Keputusan Adopsi Inovasi

- 1) Apakah Go-Jek menjadi suatu kebutuhan untuk anda?
- 2) Mengapa memilih menggunakan Go-Jek untuk memenuhi kebutuhan dalam transportasi?
- 3) Faktor apa sajakah yang mempengaruhi keputusan untuk menggunakan Go-Jek?
- 4) Bagaimanakah langkah-langkah dalam mengambil keputusan untuk menggunakan Go-Jek?
- 5) Bagaimana uji coba pertama kali menggunakan go-jek?
- 6) Apa yang anda lakukan setelah menggunakan go-jek?
- 7) Perubahan atau manfaat apakah yang dirasakan setelah menggunakan go-jek?

2.4 Kerangka Proses Berfikir

Kerangka proses berfikir diharapkan dapat mempermudah dalam menguraikan secara sistematis fenomena fakta dalam penelitian. Sehingga secara sederhana kerangka proses berfikir dalam penelitian ini digambarkan dalam bagan berikut,



Gambar 2.4 Kerangka Proses Berfikir

Sumber : data primer diolah, 2019

Keunikan masyarakat Pendalungan Jember dalam penelitian ini adalah tentang karakteristik masyarakat Pendalungan Jember yang bersifat terbuka dan mau menerima perbedaan, religius, lugas, temperamental, kerja keras, transparan, serta paternalistik yaitu keputusan bertindak mengikuti keputusan yang diambil oleh para tokoh yang

dijadikan panutan. Masyarakat Pendalungan merupakan Masyarakat Jember yang terdapat suatu kebudayaan Pendalungan atau kebudayaan campuran antara Jawa dengan Madura. Percampuran antara budaya Jawa dan Madura menjadi sesuatu keunikan yang ada pada seseorang atau masyarakat Jember yang seringkali dijadikan sebagai elemen penting bagi pengenalan identitas orang atau kelompok tersebut. Proses globalisasi telah menyebabkan perubahan terhadap konsep sosial kebudayaan dan pola kebiasaan masyarakat dalam penggunaan jasa layanan transportasi umum.

Generasi z yang ada di Masyarakat Pendalungan Jember tergolong dalam golongan yang sangat tidak sabar, mereka menginginkan hasil yang instan. Kehidupan keseharian generasi z sangat bergantung pada teknologi/internet. Terinspirasi dari kecanggihan teknologi dan kemudahan yang diinginkan konsumen khususnya generasi z, membuat para pebisnis bersaing dalam menciptakan usaha yang dilakukan dalam menyediakan kebutuhan serta keinginan konsumen. Go-Jek berkembang pesat dengan memberikan layanan yang menjadi solusi bagi masyarakat Pendalungan Jember. Generasi z masyarakat Pendalungan Jember bisa menikmati layanan transportasi berbasis online. Keberadaan Go-Jek di Jember yang tumbuh pesat seiring kebutuhan masyarakat yang menginginkan kemudahan bagi generasi z dari masyarakat Jember. Generasi z masyarakat Pendalungan dalam penggunaan Go-Jek lebih berdasarkan layanan jasa yang mudah, cepat, dan aman.

Penggunaan jasa layanan Go-Jek sangat diminati oleh generasi z masyarakat Pendalungan Jember dengan inovasi inovasi yang ada pada perusahaan *startup*. Fakta dilapangan membuktikan bahwa kebanyakan generasi z masyarakat Pendalungan Jember menggunakan jasa layanan Go-Jek yang dapat ditemui diberbagai tempat. Pengamatan yang peneliti lakukan dimudahkan dengan atribut yang dikenakan oleh driver Go-Jek yaitu jaket dan helm yang tertulis nama perusahaan *startup* yaitu Go-Jek. Dalam Proses adopsi inovasi ini untuk mengetahui bagaimana Proses pengambilan keputusan yang dilakukan oleh generasi z Masyarakat Pendalungan Jember.

Dalam teori difusi Inovasi oleh Everrent Rogers, dijelaskan bahwa difusi inovasi adalah penjelasan dasar dari perubahan perilaku manusia. Riset difusi ini menekankan terjadinya perubahan tingkah laku yang nyata dari generasi z masyarakat Pendalungan Jember. Inovasi startup gojek mulai berkembang di Jember dan mulai memberikan respon positif dari kalangan generasi z masyarakat Pendalungan Jember. Terdapat unsur-unsur penting dari difusi Inovasi gojek berupa inovasi, saluran komunikasi, jangka waktu, dan anggota sistem sosial. Fenomena yang terjadi dilapangan dipengaruhi oleh beberapa faktor dalam

pengambilan keputusan oleh generasi z masyarakat Pendalungan Jember tentang inovasi startup berupa gojek.



BAB 3. METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Menurut Moleong (2013) menyatakan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian, misalnya perilaku, motivasi, tindakan, dan lain sebagainya. Penelitian kualitatif merupakan suatu penelitian ilmiah yang bertujuan untuk memahami suatu fenomena dalam konteks sosial secara alamiah dengan mengedepankan proses interaksi komunikasi yang mendalam antara peneliti dengan fenomena yang diteliti (Haris, 2010). Penelitian deskriptif merupakan langkah kerja untuk menggambarkan suatu objek, fenomena dalam suatu tulisan bersifat naratif. Penelitian kualitatif bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang masalah-masalah manusia dan sosial dengan menginterpretasikan bagaimana subjek memperoleh makna dari lingkungan sekeliling dan bagaimana makna tersebut mempengaruhi perilaku seseorang (Creswell, Denzin dalam Haris, 2010).

Berdasarkan teori yang sudah ada, penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Fenomena yang terjadi di lapangan digambarkan dengan wawancara langsung pada narasumber. Pertanyaan yang diajukan dapat mewakili setiap aspek yang ingin diteliti. Peneliti menafsirkan setiap data yang diperoleh dengan cermat agar makna yang dideskripsikan sesuai dengan fakta yang ada.

3.2 Unit Analisis

3.2.1 Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini merupakan semua pihak yang terlibat dalam kegiatan pengambilan keputusan dalam menggunakan Go-Jek. Subjek penelitian ini mencakup beberapa kecamatan dan instansi pendidikan. Pemilihan instansi

pendidikan dikarenakan generasi z masyarakat Pendalungan mayoritas berstatus pelajar.

3.2.2 Informan Penelitian

Penelitian ini menggunakan *purposeful sampling* dalam menentukan informan. Menurut Haris (2010: 106) *purposeful sampling* merupakan teknik *non-probability sampling* yang berdasarkan kepada ciri-ciri yang dimiliki oleh subjek yang dipilih karena ciri-ciri tersebut sesuai dengan tujuan penelitian yang akan dilakukan.

Informan dalam penelitian ini adalah generasi z masyarakat pendalungan Jember yang menggunakan Go-Jek. Kriteria informan yang akan dijadikan narasumber sebagai berikut:

- a. Informan bertempat tinggal di Kabupaten Jember
- b. Minimal 2 kali dalam menggunakan Go-Jek
- c. Informan yang menggunakan Jasa Go-Ride
- d. Generasi z (Wanita dan Pria berumur 10 sampai 24 tahun).

Penelitian kualitatif tidak dipersoalkan dengan jumlah informan yang dipergunakan untuk diteliti, sebab jika dalam proses pengumpulan data sudah tidak ditemukan variasi informasi lagi, maka tidak perlu mencari informan baru dan proses pencarian informasi dianggap sudah selesai (Bungin :2003).

3.2.3 Lokasi Penelitian

Lokasi dalam penelitian ini adalah Kabupaten Jember yang dideklarasikan sebagai Kota Pendalungan.

3.3 Metode Pengumpulan Data

3.3.1 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian dengan tujuan utama mengumpulkan data (Sugiyono, 2016:62).

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Wawancara

Wawancara merupakan metode pengumpulan data yang digunakan pada penelitian kualitatif (Haris:2010). Penelitian menggunakan teknik wawancara terstruktur dan tidak terstruktur. Wawancara terstruktur yaitu teknik dengan menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan data. Wawancara yang terkesan seperti interogasi karena sangat kaku dan pertukaran informasi antara peneliti dengan subjek yang diteliti sangat minim (Haris, 2010). Sedangkan wawancara tidak terstruktur adalah teknik pengumpulan data dengan pertanyaan yang terbuka dan fleksibel dalam wawancara berlangsung. Wawancara terstruktur dan tidak terstruktur yang mampu memberikan informasi yang sesuai dengan tujuan penelitian. Proses wawancara dengan dokumentasi mampu memperkuat tingkat kebenaran data yang dikumpulkan. Dokumentasi dilakukan secara audio, visual maupun audio-visual.

b. Observasi

Observasi merupakan proses pengamatan langsung dalam objek penelitian. Haris (2010: 131) mengatakan bahwa observasi ialah suatu kegiatan mencari data yang digunakan untuk memberikan kesimpulan atau diagnosa dengan adanya perilaku yang tampak dan adanya tujuan yang ingin dicapai. Penelitian ini menggunakan observasi tak terstruktur yaitu observasi yang tidak dipersiapkan secara sistematis tentang apa yang akan diobservasi, fokus observasi akan terus berkembang selama proses observasi berlangsung.

c. Studi Dokumentasi

Dokumentasi merupakan salah satu cara yang dilakukan untuk mendapatkan gambaran dari sudut pandang subjek (Haris: 2010) . Dokumentasi pada subjek berupa media gambar seperti proses pengambilan keputusan yang dilakukan oleh informan terkait penggunaan Go-Jek,

gambar/ foto saat wawancara berlangsung yang dilakukan oleh peneliti dengan generasi z masyarakat Pendalungan Jember.

3.3.2 Instrumen Pengumpulan Data

Instrumen pengumpulan data merupakan alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh peneliti dalam kegiatan mengumpulkan data secara sistematis. Pengumpulan data harus melalui suatu proses pengambilan data yang sesuai dengan prosedur metodologi yang telah ditetapkan. Secara urutan, proses analisis data akan dilakukan ketika proses pengambilan data (*intake data*) telah “selesai” dan tidak lagi terjadi proses pengambilan data.

3.4 Validitas Data

Validitas data mempunyai istilah autentisitas (*authenticity*) atau keaslian menurut Haris (2010: 190) yang diartikan sebagai jujur, adil, seimbang, dan sesuai berdasarkan sudut pandang individu/subjek yang bersangkutan. Menurut Sugiyono (2016:117) Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada obyek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Data yang valid adalah data “yang tidak berbeda” atau tidak ada perbedaan antar data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian. Penelitian kualitatif menggunakan lebih dari satu metode dalam pengumpulan data.

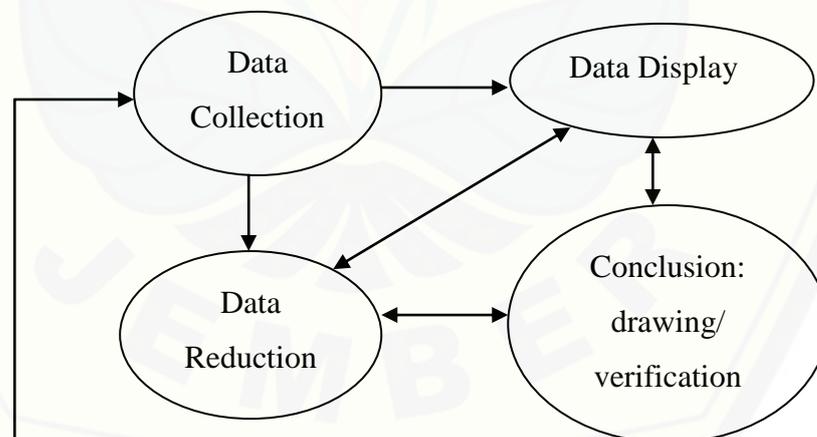
Pengujian validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan cara meningkatkan ketekunan. Pengamatan yang dilakukan oleh peneliti dengan membaca seluruh hasil catatan penelitian secara cermat sehingga dapat memberikan deskripsi data yang akurat dan sistematis berdasarkan fokus penelitian. Fokus penelitian adalah proses pengambilan keputusan dalam menggunakan Go-Jek yang dilakukan oleh generasi z Masyarakat Pendalungan Jember. Teknik pengumpulan data yang berbeda untuk mendapatkan data yang sesuai dengan sumber yang sama. Pengumpulan data dengan wawancara langsung dengan informan dan kemudian setelah memperoleh data dari wawancara

kemudian dilakukan observasi untuk mendapatkan data yang sesuai dengan wawancara agar data yang diperoleh menjadi valid. Penelitian ini menggunakan metode pengambilan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi sehingga data yang diperoleh menjadi valid. Dokumentasi yang dilakukan dalam proses wawancara diharapkan dapat menjaga kevalidan data dari informan tentang proses pengambilan keputusan dalam menggunakan Go-Jek pada generasi z masyarakat Pedalungan Jember.

3.5 Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metode *deskriptif* dalam analisis data. Teknik analisis data yang digunakan merupakan model interaktif. Miles dan Huberman (1992:12) menjelaskan model interaktif dalam analisis data kualitatif merupakan upaya yang berlanjut dan berulang-ulang. Rangkaian proses yang saling terkait yaitu reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan.

Teknik analisis data pada penelitian ini terbagi menjadi 4 (empat) tahap yaitu:



Gambar 3.1 Model Interaktif
Sumber: Miles dan Huberman, 1992

a. Pengumpulan data (*Data Collection*)

Proses pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian kualitatif tidak memiliki segmen atau waktu tersendiri, melainkan sepanjang

penelitian yang dilakukan proses pengumpulan data dapat dilakukan. Pengumpulan data disajikan dalam bentuk transkrip wawancara asli dengan informan. Penyusunan data format verbatim wawancara yang berisi rangkuman pertanyaan dan jawaban informan yang kemudian dikategorikan dalam tema-tema wawancara yang terkait dengan proses pengambilan keputusan dalam menggunakan inovasi startup. Selanjutnya dibuat tabulasi tema yang berisikan frekuensi tema-tema wawancara yang terdapat dalam verbatim wawancara masing-masing informan.

Pada awal penelitian, peneliti melakukan pendekatan dan menjalin hubungan dengan informan yang sesuai dengan kriteria penelitian dilapangan. Informan akan memberikan informasi terkait dengan objek yang akan diteliti yaitu go-jek. Wawancara dilakukan dengan situasi yang sesuai agar informasi yang diberikan bisa lebih terperinci. Wawancara dengan informan akan dilakukan sesuai dengan kesepakatan antara informan dengan peneliti mengenai kapan dan dimana proses wawancara tersebut berlangsung. Kesepakatan tersebut dilakukan agar tercipta suasana wawancara yang lebih baik dan diperoleh data yang lengkap dan valid.

Wawancara dilakukan pada generasi z masyarakat Pendalungan sebagai pengguna inovasi startup Go-Jek. Wawancara dilakukan setelah informan menggunakan layanan jasa Go-Jek dan dilakukan sesuai kesepakatan waktu tanpa mengganggu aktivitas informan. Wawancara juga dilakukan ditempat tertentu dan rumah informan setelah terjadi kesepakatan mengenai kesediaan informan untuk diwawancara, agar suasana wawancara menjadi lebih nyaman sehingga informasi yang didapatkan menjadi lebih valid.

Pengumpulan data diperoleh dengan wawancara terstruktur berupa penggunaan pedoman wawancara yang tersusun sistematis agar informasi saat wawancara sesuai dengan tujuan penelitian dan penggunaan wawancara tidak terstruktur agar mendapatkan informasi tambahan yang tidak terungkap dalam pedoman wawancara sehingga didapatkan

informasi yang lebih rinci yang akan berguna bagi penelitian yang dilakukan. Pencarian informan lain dilakukan saat informan yang diobservasi tidak memberikan informasi/gambaran secara lengkap. Pencatatan dan dokumentasi dilakukan pada saat proses wawancara berlangsung. Pencatatan yang dilakukan sesuai dengan hasil wawancara dan observasi pada konsumen mengenai proses pengambilan keputusan dalam menggunakan inovasi *startup* Go-Jek pada generasi z masyarakat Pendalungan Jember.

b. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Inti dari reduksi data adalah proses penggabungan dan penyeragaman segala bentuk data yang diperoleh menjadi satu bentuk tulisan (*script*) yang akan di analisis. Pada akhir pengumpulan data dalam penelitian ini maka peneliti akan kuwalahan dengan adanya jumlah data lebih banyak dari pada data yang akan diproses. Teks naratif penelitian dari catatan lebih sulit digunakan dari pada saat analisis karena tersusun kurang terpadu. Reduksi data merupakan suatu bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan data dengan cara sedemikian rupa untuk mendapatkan kesimpulan terakhir yang akan ditarik dan diverifikasi.

Data yang dikumpulkan oleh peneliti dalam penganalisis kualitatif berupa catatan tertulis, rekaman audio, dan video yang berisikan kata-kata. Data yang diperoleh akan dikategorikan menjadi tema-tema wawancara, kemudian dipilah dari tema-tema wawancara yang terkait dengan fokus penelitian. Apabila terdapat tema yang tidak sesuai dengan fokus penelitian maka tema tersebut akan dihilangkan. Pemrosesan dilakukan pada tema wawancara yang sesuai dengan fokus penelitian.

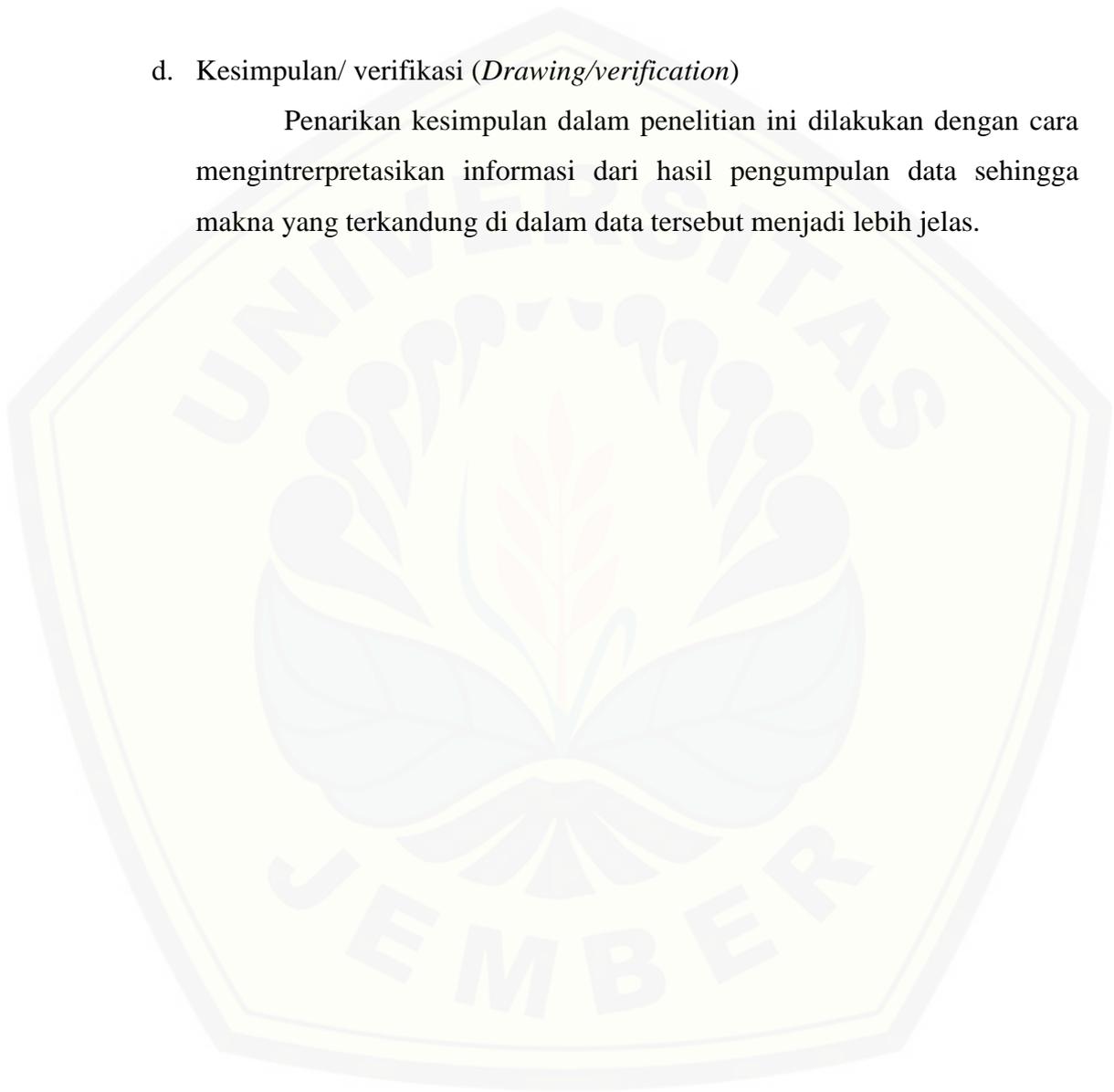
c. Penyajian Data (*Data Display*)

Dalam penyajian data, disajikan tabulasi tema hasil wawancara dengan keseluruhan informan yang telah direduksi sebelumnya. Data yang

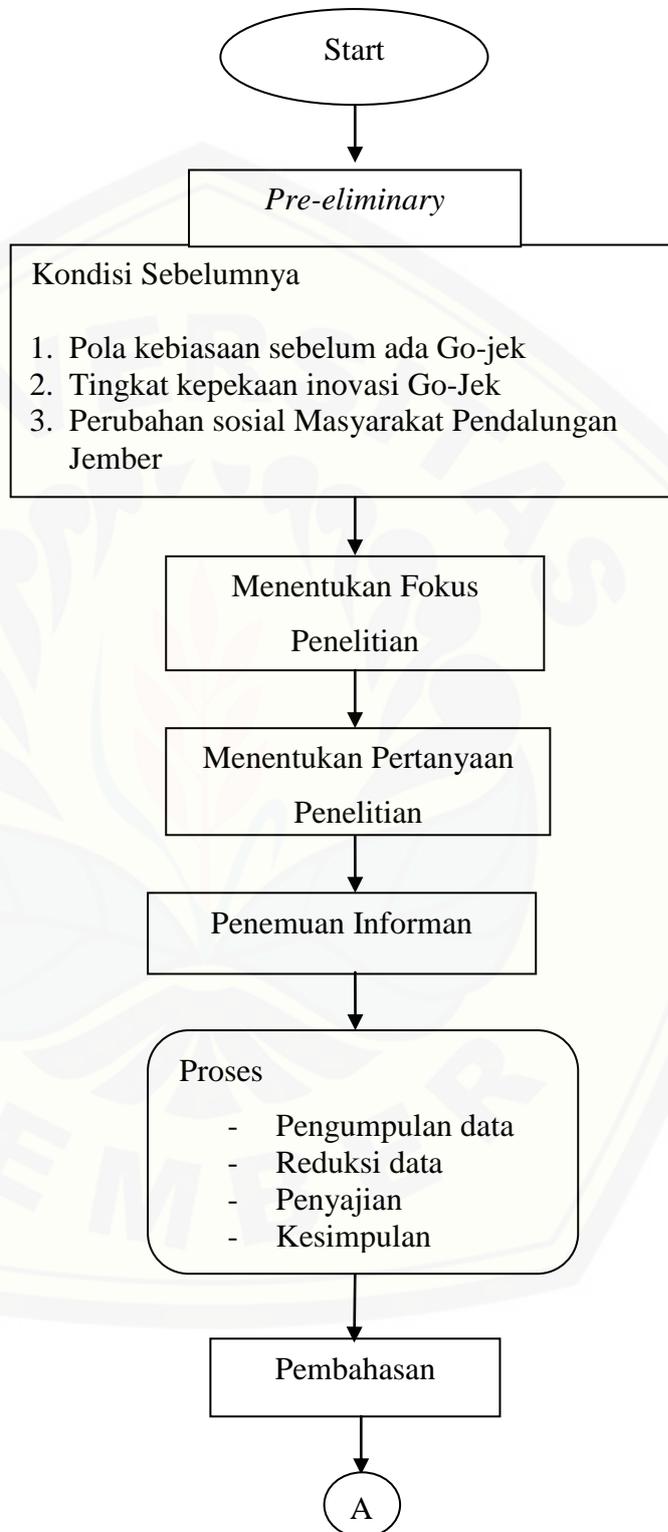
telah melewati proses reduksi data maka selanjutnya data disajikan dalam bentuk tabel yang didalamnya dijelaskan secara naratif yaitu penggambaran dan penjelasan tentang apa yang terjadi dimasyarakat selama penelitian berlangsung.

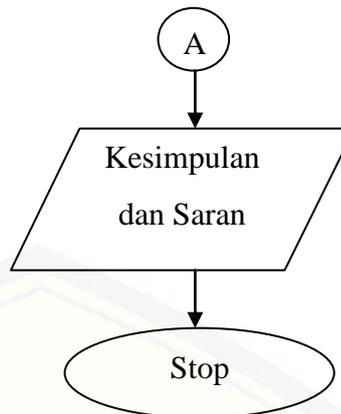
d. Kesimpulan/ verifikasi (*Drawing/verification*)

Penarikan kesimpulan dalam penelitian ini dilakukan dengan cara menginterpretasikan informasi dari hasil pengumpulan data sehingga makna yang terkandung di dalam data tersebut menjadi lebih jelas.



3.6 Kerangka Pemecahan Masalah





Gambar 3.2 Kerangka Pemecahan Masalah
Sumber: data primer diolah, 2019

Keterangan :

- a. *Start* yaitu langkah awal dalam mempersiapkan pencarian data.
- b. *Pre-Eliminary* langkah kedua yaitu sebelum melakukan wawancara terlebih dahulu mencari fakta bahwa fenomena yang akan diangkat dalam penelitian benar-benar ada dan terjadi.
- c. Menentukan fokus penelitian yaitu sebelum memulai penelitian di lapangan dilakukan fokus penelitian agar pencarian dan perolehan informasi sesuai dengan data yang dibutuhkan.
- d. Proses Pengambilan Keputusan Inovasi, tahapan proses yang dilakukan berdasarkan teori dan mengetahui faktor yang mempengaruhi keputusan sebelum menentukan pertanyaan sebagai pedoman wawancara.
- e. Menentukan pertanyaan penelitian, disusun untuk menjadi pedoman wawancara saat dilapangan dan pertanyaan yang disusun bisa berkembang saat berhadapan langsung dengan narasumber.
- f. Penentuan informan, penentuan yang dilakukan dengan cara memilih informan dengan *purposive*.
- g. Proses yaitu tahapan pengumpulan data, reduksi data, penyajian dan kesimpulan.
- h. Pembahasan yaitu tahap menjelaskan narasi hasil pengumpulan data yaitu hasil wawancara dari beberapa informan sehingga secara garis besar hasil dari penelitian ini dapat terdeteksi hasilnya.

- i. Kesimpulan dan saran yaitu menarik kesimpulan dari hasil pembahasan dan memberikan saran yang relevan sesuai dengan hasil analisis data.
- j. *Stop* yaitu penyelesaian dan berakhirnya penelitian.



BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab empat mengenai hasil analisis, maka dapat disimpulkan Proses Pengambilan Keputusan dalam Menggunakan Go-Jek oleh Generasi z Masyarakat Pendalungan Jember adalah sebagai berikut:

1. Karakteristik generasi z masyarakat Pendalungan Jember memiliki kesamaan dengan karakteristik generasi z pada umumnya. Ciri paternalistik dalam Masyarakat Pendalungan sudah tidak teridentifikasi di dalam diri generasi z Masyarakat Pendalungan Jember. Kemajuan teknologi memberikan perubahan besar terhadap sikap dan perilaku generasi z dalam mengambil keputusan menggunakan inovasi Go-Jek.
2. Proses pengambilan keputusan yang dilakukan oleh generasi z Masyarakat Pendalungan Jember dalam menggunakan Go-Jek terbagi menjadi 2 macam.
 - a. Proses pengambilan keputusan yang dilakukan generasi z Masyarakat Pendalungan Jember dalam menggunakan Go-Jek terdapat 5 tahapan yaitu tahap pengetahuan, tahap persuasi, tahap pengambilan keputusan, tahap evaluasi, dan tahap pematapan.
 - b. Proses pengambilan keputusan kedua yang dilakukan generasi z Masyarakat Pendalungan dalam menggunakan Go-Jek terdapat 4 tahapan yaitu tahap pengetahuan, tahap pengambilan keputusan, tahap evaluasi, dan tahap pematapan.
3. Tidak seluruh generasi z Masyarakat Pendalungan Jember melakukan pengambilan keputusan dalam menggunakan Go-Jek. Pengambilan keputusan pada generasi z strata bawah dilakukan oleh pihak lain yaitu orang tua. Generasi z strata usia bawah belum mampu mengidentifikasi kebutuhan dan resiko dari apa yang diputuskan menjadi alasan utama pengambilan keputusan dilakukan oleh pihak lain dalam menggunakan Go-Jek.

5.2 Saran

1. Bagi perusahaan Go-Jek, diharapkan mampu menetapkan harga jasa pelayanan sesuai dengan usia pengguna. Pelanggan Go-Jek tidak hanya seorang pekerja, melainkan ada yang masih berstatus pelajar sehingga untuk pelanggan yang berstatus pelajar bisa lebih hemat dibanding pelanggan berstatus pekerja.
2. Bagi driver Go-Jek supaya memberikan pelayanan yang optimal kepada pelanggan. Memberikan kesan yang baik untuk menjadi solusi dalam memenuhi kebutuhan pelanggan. Pelayanan yang harus ditingkatkan seperti keramahan driver, ketepatan waktu dalam pelayanan dan keamanan pelanggan menjadi hal penting yang harus diperhatikan oleh Go-Jek. Cara komunikasi dan perlakuan yang baik oleh *driver* Go-Jek akan menumbuhkan kepercayaan pada pelanggan Go-Jek.

DAFTAR PUSTAKA

- Akhmad Sudrajat. 2012. Generasi Z dan Impilikasinya Terhadap Pendidikan. <https://akhmadsudrajat.wordpress.com/2012/10/05/generasi-z-dan-implikasinya-terhadap-pendidikan/> . Diakses pada hari Selasa, 24 April 2018, pukul 10.00 WIB.
- Anis, Agustin., & Khuzaini. (2017). Persepsi Masyarakat Terhadap Penggunaan Transportasi Online (Go-Jek) Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Volume 6, Nomor 9, September 2017.
- APJII. 2018. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia . <https://apjii.or.id/survei2017> . Diakses pada hari 24 April 2018
- BPS.2015. Data Jumlah Penduduk Kabupaten Jember Berdasarkan Usia. Diakses pada 16 Februari 2019
- Burhan Bungin. 2003. *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: Rajawaji Pers.
- DataBoks/ DailySocial.Id. 2018 Go-Jek Aplikasi Transportasi Online Paling BanyakDigunakan. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/02/12/go-jek-aplikasi-transportasi-online-paling-banyak-digunakan>.
- Djam'an Satori, Aan Komariah. 2017. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta
- Evita.Mayanti. 2015. *Pahami Remaja Generasi Z*. Tangerang. AF Magazine
- Fania, Darma Amajida,. (2016). Kreativitas Digital Dalam Masyarakat Risiko Perkotaan : Studi Tentang Ojek Online “Go-Jek” Di Jakarta. *Jurnal Informasi Kajian Ilmu Komunikasi*, Volume 46. Nomer 1. Juni 2016.
- Farah Dwi. 2017. Difusi Dan Adopsi Inovasi Cyber Village Sebagai Fasilitas Internet Desa. *Skripsi*. Universitas Sebelas Maret. Surakarta
- Haris Herdiansyah. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Salemba Humanika
- Hellen Chou Pratama. (2012). *Cyber Smart Parenting*. Bandung: PT. Visi Anugerah Indonesia
- Ilham Zoebazary. 2017. *Orang Pendalungan Penganyam Kebudayaan di Tapal Kuda*. Jember: Rumah Budaya Pandhalungan,

- Junaidi. (2017). Proses Pengambilan Keputusan (Decision Making) Mahasiswa Untuk Kuliah Sambil Bekerja. *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel.
- Kotler, Philip. 2003. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketigabelas. Jidil 1 dan 2. Jakarta. PT Indeks.
- Luntungan, S. 2014. Strategi Pengelolaan Generasi Y di Industri Perbankan. *Jurnal Manajemen Teknologi*. ISSN NO 1412-1700, 13.
- Moleong, Lexy J. (2013). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Nurudin. (2003). *Komunikasi Massa*.Cespur:Malang.
- Rogers, Everret. (1995). *Difusi of Innovations, fourth edition*. New York : The Free Press.
- Sugiyono. 2016. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung : Alfabeta
- Vinna Sri Yuniarti. 2015. *Perilaku Konsumen*. Badung : Pustaka Setia
- Wiratri, Anindhita.,Melisa., Devie.,. 2016. Analisis Penerapan Teknologi Komunikasi Tepat Guna Pada Bisnis Transportasi Ojek Online. Prosiding Seminar Nasional INDOCOMPAC

LAMPIRAN 1

Pemaparan transkrip hasil wawancara yang dilakukan disajikan untuk mendukung validitas dan reabilitas data. Pertanyaan dan jawaban yang ada dalam transkrip wawancara merupakan pertanyaan dan jawaban asli yang belum mengalami reduksi data. P merupakan pertanyaan yang diajukan oleh peneliti kepada informan dan J merupakan jawaban yang disampaikan oleh informan. Berikut transkrip hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti.

Wawancara : 1

Informan : Adinda

P Coba saudara ceritakan tentang awal mula munculnya Go-Jek sampai kamu mencoba menggunakan jasa Go-Jek itu?

J Dulu *pas* Go-Jek ada di Jember *tuh* aku *belum* bener bener *stay* di Jember kan. Masih di rumah Sukowono. Terus *pas* udah *stay* di Jember itu. Ya itu. Gara-gara butuh sama Go-Jek atau Tukang Ojek. Terus akhirnya *download* Go-Jek deh.

P Bagaimana perasaan saudara ketika menggunakan Go-Jek ?

J Ya sama kayak pakek jasa ojek yang lain.kayak kangtukang yang uda ada dari dulu di Jember dulu tapi kayak Go-Jek itu bener-bener lebih aman gitu loh daripada kangtukang karena Go-jek sudah perusahaan besar. Jadi bisalah kalau kita adakan komplain buat pertimbangan di perusahaan nya sana.

P Menurut saudara adakah pengaruh Go-Jek itu terhadap kehidupanmu sekarang?

J Sekarang, *ga ngaruh-ngaruh* banget sih, soalnya kan cuma *pas* keadaan darurat aja aku pesennya. Tapi lumayan membantu kalau *pas* bener-bener darurat butuh kendaraan. *Pas* kendaraan aku bermasalah. Hehe

P Dengan adanya inovasi baru seperti Go-Jek. Bagaimana menurut pandanganmu din?

J Ya bantu banget *seh* sama orang orang yang *emang* bener-bener butuh kendaraan. Soalnya kan kalau dulu sebelum ada Go-Jek, kita harus cari

pangkalan ojek dulu dan itu pun jarang terlalu banyak dimana mana *kudu* masih yang bingung gitu. Sekarang tinggal pakai HP dan dijemput *aja* bisa. Jadi menurut ku baiklah inovasinya.

P Pas menggunakan Go-Jek itu bagaimana proses yang saudara lakukan pertama kali?

J Proses pakainya?

P Iya,, Proses pakai ?

J Oh, proses pengenalan pertama itu dari TV kan. Di Tv heboh gitu *kayak* ada Go-Jek online terus ternyata cuma ada di Jakarta doang. Ternyata di Surabaya tiba tiba sudah ada. Habis itu di Jember ada *tuh kayak* wah hebat ya Jember tiba tiba ada Go-Jek dan hebat Go-Jek sudah bisa sampai ke plosok-plosok.

P Berarti saudara juga mencari informasi dulu ya dari televisi.

J *He'em*

P Setelah saudara tau informasi Go-Jek, nah itu apa yang kamu lakukan. Apakah kamu langsung instal aplikasi itu atau bagaimana?

J *Enggak sih, pas* dulu waktu Go-Jek pertama di Jember aku masih dirumah sukowono. Terus habis itu kan aku dijember pertama nya aku pakai jasa ojek yang biasanya pakai Whatsapp itu. Ternyata harga nya naik terus aku coba instal Go-jek ternyata harga nya relatif murahlah. Jadi aku *tetep* pakai Go-Jek.

P Berarti tetap pakai pertimbangan dulu ya sebelum pakai Go-Jek ?

J Iya *tetep*. Jadi *ga* sembarangan langsung instal terus yaudah pakai Go-Jek *nah enggak*. Karena ada pertimbangan harga *hehe* anak kost.

P *Nah* akhirnya saudara putuskan naik Go-Jek. Setelah saudara pakai apa yang kamu lakukan. Memberi *feedback* gitu *gak*?

J *Pas* waktu misalnya naik go-jek pertama kali itu *pas* bener-bener *kepepet* harus ke rumah sakit aku pesen go-jek itu di Arjasa mau ke Jember Klinik. Itu bapaknya *sih enakan* setelah aku naik Go-jek dan survei beberapa kali itu tiap driver Go-jek itu pasti *ngomong* . mbak kalau misal butuh go-jek langsung telfon aja *ga usah* pakai aplikasi *gapapa* tapi aku ga pernah coba

gitu. Aku pasti pakai aplikasi. Tapi semisal aku diajak ngomong bapak atau mas nya pasti aku *ajak ngomng* balik. Kalau dianya *diem* aku juga *diem*.

P Tapi saudara pernah *gak*. Semisal driver go-jeknya *ga* enak. Terus kamu nilai *ah* nanti *ga* pakai Go-Jek lagi atau menurutmu bagaimana seperti itu?

J Kalau menurut saudara kan itu bukan karena Go-Jeknya seseorang itu jadi *ga* enak. Jadi pernah juga aku dapat driver *kayak kok ngene seh*. Aku kasih bintang 3 aja dan *ga* tak kasih bintang 5.

P Berarti saudara tetep kasih penilaian setelah menggunakan?

J Iya tapi *suwe sek, hehe, sek, haha* kalau *ga* besoknya, besoknya, atau besoknya lagi gitu. Kadang kan lupa.

P Oh gitu ya.

J *nek ga* lupa itu udah pasti tak kasih bintang kalau pas lupa ya *ga* pernah tak kasih.

Wawancara : 2

Informan : Nindya

P Mbak *ceritain dong* dulu pertama mengenal go-jek?

J Pertama kenal go-jek itu tahun lalu. *Eeee..* tepatnya Agustus 2017 awal-awalnya go-jek di Jember. *Nah*, ketika tau go-jek ada di Jember *yaudah* langsung aja. *Eeee..* download aplikasi go-jek *pengen* tau gimana caranya makai terus apa *sih* enak nya makai go-jek *nah* intinya pengen tau itu.

P Tapi pertama kali tau dari siapa? Apa darimana gitu?

J Dari Instagram ada go-jek di Jember. *Ohhh*. Beneran ada terus tak *check* terus ada kantornya juga. *Ohh..* berarti beneran ada dari sosial media lah intinya.

P Menurut mbak nindya *gimana pas* dulu belum ada go-jek dan sekarang ada go-jek?

J Beda banget. *Nahh..* kalau dulu mau apa-apa *mager yaudah ga* ada yang inilah dan sekarang mau kemanapun ada *go-ride* ada *go-car*, Kalau hujan ada go-car. Mau kemana-mana . males *ngapa-ngapain* mau keluar tinggal pesen *go-food* yaudah ada go-jek itulah semuanya jadi lebih gampang.

- P Sebelum memakai go-jek pernah ada pertimbangan gitu *ga sih* mbak?
- J Kalau pertimbangan pertama *eee...* ada dari segi biaya. Misalkan kan ada jam malam kalau makai go-ride atau go-car itu lebih mahal tapi ya mau *ga* mau kita *tetep* pakai aja. Kan kita yang butuh terus kalau pertimbangan lainnya *eemm,,* dalam metode pembayaran nya kalau pakai *cash* kan memang lebih mahal daripada go-pay. *Yaudah* mau *ga* mau juga ngisi saldo go-pay, kan kalau pakai go-pay juga lebih banyak bonus yang didapat. Ya pertimbangannya ya dari segi pembayaran *aja*.
- P Tapi pernah *ga* kayak pertimbangan di ojek online lain selain go-jek gitu? Kok kenapa memilih go-jek?
- J Oh *enggak, enggak* ada. Soalnya aku lebih *eemm,,* apa yaa. Suka aja pakai go-jek dan *ga* pernah *nyoba* pakai yang lain. Jadi tetep dari awal uda itu, sampai sekarang juga tetep go-jek *ga* pernah nyoba misal kayak grab atau apa itu.
- P Mbak nindya sering pakai go-jek?
- J Kalau sering banget juga *enggak, cuman ee..* dalam waktu satu minggu itu pakai go-jek gitu. Entah itu pakai go-ridenya, go-car. Tapi aku lebih sering pakai itu ketiga menu yang di gojek itu. Kalau *ga* go-ride, go-car, atau go-food. Jadi dalam seminggu itu pasti salah satu dari itu tu pasti pakai gitu.
- P Biasanya kalau setelah makai go-jek mbak, itu ada penilaian *ga sih* kayak evaluasi setelah makai gitu?
- J Maksudnya buat si drivernya gitu atau?
- P Ya buat layanannya?
- J Penilaian aku sejauh ini kalau memakai go-jek itu *ga* pernah kasih penilaian yang buruk atau apa. Karena mereka *eee...* tapi ini penilaian ku ya. Karena mereka disini melayani sesuai dengan apa yang kita inginkan. Jadi mau *ga* mau, kita juga memberikan nilai yang baik buat mereka. Karena mereka juga memberikan manfaat kepada kita giitu. Saling menguntungkanlah.
- P Berarti tetep melakukan penilaian ya mbak?
- J *he'eem*.

P Pernah *ga* mbak *pas* makai go-jek kecewa gitu?

J sejauh ini enggak pernah. *Hehe*

Wawancara : 3

Informan : Nadifa

P Cerita in ke mbak bagaimana saudara mengenal go-jek pertama kali?

J Tau go-jek? Saya pertama kali tau go-jek itu dari kakak saya. Karena biasanya *tuh ga* ada yang jemput gitu jadi disaranin pakai go-jek. Awalnya *tuh* gak boleh sama ayah saya maksud nya karena takut gitu *loh* mbak. Akhirnya *nyoba* go-jek terus lama-lama kalau *ga* ada yang jemput sering naik go-jek.

P Pakai Gojek pesen sendiri?

J Iya mbak pesen sendiri. Karena memang butuh kan, kalau seumpama *ga* ada yang jemput jadi bisa pesen Go-Jek.

P Bagaimana perasaanmu sekarang dek kalau ada go-jek?

J Ya semua kalau misal kemana-mana gitu fasilitas itu jadi lebih mudah. Enak gitu *loh* mbak. *Ga* perlu *ribet-ribet* buat kesana kesii mencari ojek.

P Tapi berani ya?

J Iya berani

P Pernah ada rasa takut?

J Enggak pernah mbak. Soalnya ada web nya untuk memantau keberadaannya, terus ada data dari drivernya jadi aman *aja* .

P Bagaimana perbandingan adek dulu sebelum ada go-jek dan sekarang ada go-jek?

J Lebih membaik. Lebih baik aja gitu. Terus apa kalau ada orang yang nganggur-nganggur bisa ngasih pekerjaan gitu. Apa –apa lebih mudah mbak.

P Kamu pernah membandingkan gak kenapa harus gojek kok gak pakai jasa yang lain?

J Enggak pernah. Iya soalnya aku tau nya gojek dulu kan mbak terus baru

grab. Jadi saya lebih memilih gojek dan langsung makai. Soalnya kan yang mangkal disini juga banyak dan paling banyak gojek gitu. Jadi saya tetap memilih untuk memakai Go-Jek.

P Berti ga pernah mempertimbangan gitu ya?

J Iya mbak ga pernah. Yang saya tau Go-Jek itu pertama *yasudah* saya pakai itu terus sampai sekarang.

P Setelah kamu menggunakan gojek adakah kesen kesan tertentu gitu *ga*?

J Biasa *aja* mbak.

P Apa yang kamu lakukan setelah menggunakan Go-Jek ?

J Yaa habis *pakai* terus penilaian yang kayak 5 bintang gitu mbak. Iya pernah mbak. Semisal pelayanan nya baik gitu pasti tak kasih 5 bintang. Tapi keseringan gitu pakai 5 bintang karena merasa puas menggunakan Go-Jek.

P Pernah *ga* setelah kamu pakai. Kamu *merecomendasikan* ke temen gitu?

J *Emm,, Ga* pernah. Soalnya temen-temen sudah *tau* semua.

Wawancara : 4

Informan : Naura

P Ceritakan dek pertama kali tau gojek?

J Maksud nya pas disini atau udah diluar?

P Pas pertama kali saudara kenal gojek?

J ya tau *gini* dari temen kebanyakan. Terus *kaget kok* udah diJember kan biasanya Cuma ada di kota besar. Setelah itu aku langsung coba mbak. Terus kalau pas seumpama di sekolah pulang gitu ga ada yang jemput jadi lebih mudah pake Go-Jek aja mbak gampang gitu.

P Adek pertama kali instal aplikasi gojek itu instal sendiri?

J Iya. Sebelumnya udah *pas* waktu di Surabaya kan order go-food go-food gitu. *Pas* wisata di Surabaya. Tapi di Jember memakai Go-Jek *pas* dari sekolah.

P Menurut adek bagaimana kesan nya sekarang ada gojek?

- J Ya seneng. Soalnya lebih praktis gitu tapi ya kasihan angkutan umum kayak gitu. Tapi ya suka dan seneng. Banyak kemudahan yang didapat *mbak*. Lebih cepat kemana-mana.
- P Adakah pengaruh nya didalam kehidupan adek setelah ada gojek?
- J Lebih mudah dan praktis kalau misalnya gak bisa jemput gitu orang tua tinggal order terus kalau go-food gitu enak.
- P Pernah ga adek melakukan pertimbangan sebelum memakai gojek?
- J Iya pernah pernah. Pertama kali tau sih gojek. Kan ada grab, uber kayak gitu gitu. Pertama tau gojek terus bandingin harganya gitu. Ternyata murah gojek terus pilih gojek dan lebih banyak drivernya. Kalau grab kan disini masih sedikit. Kalau gojek murah cari drivernya.
- P Setelah memakai gojek itu adek melakukan penilaian gitu ga sih?
- J Iya. Sama apa itu *anu*. Yang dapet point tuh dan ngasih rating juga.
- P Pernah *ga* setelah makai adek merasa kecewa gitu. Terus ngomong sama temen gitu atau ngasih rekomendasi ke temen?
- J Kalau kecewa *sih ga* pernah. Lebih banyak rekomendasinya gitu.
- P Setelah menggunakan gojek ada *ga* evaluasi untuk pertimbangan kedepannya untuk pakai lagi *ga* ya gitu?
- J Pernah. Ga bisa jelasin (*hehehe*) tapi aku lebih suka teruss gitu. *Ya apa yaa*. Kan sering ada promo gitu kak. Jadi yaudah pakai aja.

Wawancara : 5

Informan : Anin

- P Dek anin. Bisa cerita ga pas dulu pertama kali saudara tau Go-Jek?
- J Pertama kali?
- P *Heem,,*
- J Pertama kali itu maksud nya gimana?
- P Pertama kali saudara kenal Go-Jek gitu. Pas awalnya.
- J Awalnya ngira naik go-jek itu mahal dan juga agak berbahaya gitu kan. Tapi lama kelamaan naik gojek itu tergantung seumpama gak ada yang

jemput jadi lebih mudah.

P Jadi kebutuhan gitu ya?

J Iya kebutuhan

P Tau gojek pertama dari siapa?

J jadi waktu itu go-jek masih jarang itu pernah kelihatan akhirnya lama lama download aplikasinya.hehe yaudah terus coba. Contohnya pass pulang sekolah gitu biasa di jemput sama Go-Jek.

P Berarti tau karena melihat gitu ya kalau go-jek berkeliaran gitu?

J Iya

P Pertama kali kamu naik go-jek pesen sendiri atau gimana?

J Dipesenin mama.

P Oh dipesenin mama?

J iya pertamanya

P Sudah pernah pesen sendiri ?

J Iya cuma kadang-kadang sekarang tuh sudah mulai jarang pesen sendiri, selalu dipesenin gitu.

P Kenapa *ga* pesen sendiri?

J Kan disekolah *tuh* ada larangan *ga* boleh bawa hp, jadi hp ditaruh pinjempunya anak-anak yang bawa hp aja. Kalau dulu kan juga masih takut kan mbak kalau pakai online gitu, takut salah gituu, gimana nanti pesennya kayak gitu.

P Bagaimana perasaanmu sekarang ada go-jek?

J Sekarang ada go-jek itu jadi lebih mudah lebih jadi kita tuh misal gak ada kendaraan. Jadi kita mudah untuk mengakses tempat tersebut. Jadi untuk memesan makanan juga kita enak gitu.

P Pernah pakai jasa apa kalau go-jek?

J go-jek itu go-ride, go-car, go-food.

P Pertama kali kamu menggunakan go-jek ada pertimbangan gak. Kenapa *ga* pilih jasa yang lain?

J Karena pertama kali yang sering dilihat itu go-jek *hehe*.

P Oh gitu ya. Tapi pernah *ga* kayak membanding-bandingkan gitu?

- J Enggak
- P Oh ga pernah ya. Kamu pernah ga terpengaruh untuk menggunakan jasa yang lain?
- J Enggak. Enggak terpengaruh sih sebenarnya. Ya sama aja gitu yang terpenting itu bisa membantu kita dalam mengakses sesuatu ke suatu tempat gitu.
- P Biasanya apa yang kamu lakukan setelah menggunakan jasa go-jek. Apakah melakukan penilaian gitu ga?
- J Kadang ada penilaian gitu. Kan setiap driver itu berbeda beda jadi kadang-kadang tuh gini kok gini seperti ini gitu
- P Setelah melakukan penilaian dan memakai apakah kamu pernah berfikir untuk ga menggunakan go-jek apa ya sudah tetep pakai aja?
- J Kesan kesan itu . karena go-jek itu juga jadi kebutuhan jadi ya selama saya butuh saya bisa memanfaatkan go-jek sebaik mungkin

Wawancara : 6

Informan : Widya

- P mbak wid. Bisa diceritain gimana pertama kali mengenal go-jek gitu?
- J Waktu pertama kali mengenal go-jek itu dikasih tau sama *driver* grab malah. Jadi waktu itu kan lagi order grab terus ternyata orangnya itu kayak ngasih saran gitu. “Mbak punya go-jek?” Gitu. Terus “enggak punya soalnya saya hanya punya grab”. “Pakai go-jek aja mbak sekalian, jadi kalau misalnya grab nya bermasalah bisa ke go-jek”. Jadi mulai dari itu wes aku download.
- P Jadi yang menyarankan malah *driver* grab?
- J heemmm... soalnya bapak nya itu pakai grab, paia go-jek juga, jadi ya *double* gitu.
- P terus menurut mbak widya gimana kalau. Ee. Dulu itu ga ada go-jek terus sekarag ada go-jek gitu?
- J Anu yaa.. kalau dulu itu bingung mau kemana-mana itu soalnya ga bisa

mobile. Jadi bingung. Kalau ga pakai motor, ya pakai angkot kan. Nah angkot kan suka ngetem, pokoknya terus tarifnya juga tidak sesuai, kemahalan gitu terus kadang yang kita mau tuju itu ga ada *ndek jurusane*. Jadi kita *sek leren* masuk gang *ta opo iku*. Jadi kayak transpor itu berkali-kalilipat gitu. Kalau dari sini kerumahku tu naik angkot dua kali terus naik becak baru kerumah. *Nah*, kalau sekarang ga ada motor bisa pakai go-jek itu.

P Dulu pertama kali makai jasa ojek online *tu* apa mbak?

J *Anu*, grab. Dari bapak itu wes. Terus *anuu. Eeee..* ndek surabaya seh waktu itu pakainya grab itu terus *ndek* jember ini kan drivernya jarang, nahh baru pakai jasa go-jek.

P tapi sebelum pakai jasa go-jek itu pernah melakukan pertimbangan *ga* mbk?

J Pertimbangan buat kayak gimana?

P Pertimbangan sebelum memutuskan pakai go-jek.

J iya. Pertamanya *tu* pakai grab soalnya *Eee,,*, referensi dari saudara sih. “Pakai grab aja” gitu. “Biayanya lebih murah” gitu. Kalau go-jek itu kalau *pas* situasi-situasi kayak *pas* lagi rame, terus *pas* lagi hujan gitu. Kalau *pas* hujan tuh harganya cepat naik. Grab juga naik seh tapi ga sebanyak go-jek. Jadi pertimbangannya pakai go-jek yang pertama itu dulu *ndek* Jember belum ada grab atau jarang jadi memilih pakai Go-jek. *Nah* pertimbangan *pas* peertama kali pakai ojek online itu pakai Grab soalnya memang lebih murah.

P Terus apa yang membuat mbak yakin memilih memakai go-jek?

J Soalnya anu *pas* go-jek yakin tuh dia lebih banyak armadanya kalau di Jember, jadi caranya itu ga susah. Terus *ee..* kalau ndek surabaya itu kan atau *pas* ndek luar kota gitu kan ndek surabaya, go-jek itu lebihh apa sih. Lebihh . *ehh,,* sama aja sih kalau diluar kota. Antara go-jek dan grab itu sama aja. Tapi kalau *pas* sering-sering itu *pas* pesen go-food gitu kalau grab tapi sering nya sih go-jek seh.

P Tapi setelah mbak makai go-jek pernah ada evaluasi ga?

- J Evaluasi dari ?
- P Evaluasi setelah makai go-jek itu gimana perasaan nya mbk kayak kesan-kesan gitu.
- J *Ohhh... anu seh* biasanya kan ada kayak bintang lima bintang lima gitu loh. Nah aplikasi-aplikasi itu kan kalau pas misalnya orangnya baik, *nahh* itu *eee*. Ya evaluasi nya juga paling bintang lima terus dikasih *comment* terimakasih pak terus nanti tuh drivernya *ga* sesuai. *Eeehh* kalau drivernya itu *ngak ngak*, ngak ramah ngak apa gitu, diem tok gitu terus kurang enaklah gitu, evaluasinya paling mek kasih bintang berapa gitu. Terus dikasih *comment* pak atau mbak yang ramah gitu. Jadi evaluasinya langsung ke drivernya itu
- P Berrti menggunakan go-jek pernah kecewa gitu ya?
- J Iya pernah pernah.
- P Tapi *tetep* melakukan penilaian gitu?
- J *heem,,*

Wawancara : 7

Informan : Akbar

- P Pernah naik Go-Jek ya ?
- J Pernah.
- P Pernah naik apa aja?
- J Pernah naik sepedanya sama itu mobil.
- P Oh. Adakah keuntungan setelah menggunakan Go-Jek? Bisa diceritain gak?
- J *eeemmmm...* soalnya kan orangtua saya itu jarang bisa menjemput ya, nah jadi disuruh naik Go-Jek.
- P *ohh*. Dulu kondisi nya sebelum ada Go-Jek dan sekarang ada Go-Jek bagaimana menurut kamu?
- J *Emmmm*. Iya banyak kemudahan. Yaaa senang sih mbak
- P Dulu ada kesulitan ga dalam memahami aplikasi Go-Jek?

- J Ga terlalu sih mbak. Mudah aja
- P Kira-kira butuh waktu berapa lama?
- J Cepat mbak langsung bisa gitu
- P Dulu sebelum memakai Go-Jek kamu mengamati dulu gasih?
- J Yaa diamati dulu. Soalnya kan apa? Tidak tau caranya membayarnya itu bagaimana.
- P Aplikasi Go-Jek ini memberikan kemudahan ga?
- J Iya sangat mudah. Hehe
- P Awal mengenal Go-Jek?
- J Itu ada iklan terus saya mendownload gitu terus saya mencoba
- P Go-Jek menjadi kebutuhan kamu ga?
- J Iya kebutuhan, setiap hari naik Go-Jek karena ga ada yang nganterin. Yaa setiap hari.
- P Dulu bagaimana uji coba pertama kali?
- J Agak bingung sih takut salah gitu membayarnya.
- P Tapi gimana kesan-kesannya?
- J Yaa biasa aja seh.
- P Apa yang kamu lakukan setelah pertama kali menggunakan Go-Jek?
- J Yaa biasa aja seh.
- P P : Gimana kesan-kesanya?
- J J : lebih cepat lebih efektif

Wawancara : 8

Informan : Qonita

- P Keuntungan yang didapat saat menggunakan Go-Jek?
- J Yaa cepet kalau datang terus datangnya tepat waktu juga
- P Menurut saudara bagaimana kondisi yang dulu ojek bisa dan sekarang ada ojek online Go-Jek?
- J Iya enak sih soalnya kalau ga ada yang jemput bisa naik Go-Jek. Terus ga ngerepotin mama juga kalau semisal ga bisa jemput.

- P Ada kesulitan ga memahami aplikasi Go-Jek?
- J Ada, kadang map nya ga berubah jadi ga tau lokasinya itu
- P Butuh waktu lama gak memahmi nya?
- J Cepet kok
- P Kamu melakukan pengamatan dulu ga sebelum menggunakan Go-Jek?
- J Iya pertamanya enak gaa? Cepet apa enggak? Lama lama enak yaudah pakai aja Go-Jek.
- P Awal mula tau darimana?
- J Dari mama seh. Kalau dulu karena ga ada yang jemput jadi biasa dipesenin Go-Jek.
- P Go-Jek menjadi kebutuhan kah buat kamu?
- J Lumayan seh.
- P Bagaimana kesan-kesanya setelah pertama kali uji coba Go-Jek?
- J Ya pertama kaget soalnya kan baru pertama kali coba terus mas nya bilang aplikasinya tuh kayak gini, gini, gini gitu terus semisalnya naik Go-Jek itu ya bedalah semisal sama ayah gitu kan enak ngobrol kalau sendiri kan agak canggung tanyanya.
- P Setelah menggunakan apa yang kamu lakukan?
- J Iya pakai sih kalau butuh sih
- P Keuntunganya yang di rasakan?
- J Ga ngerepotin mama

Wawancara : 9

Informan : Lia

- P Saudara pernah naik Go-Jek?
- J Pernahh, Tapi gak sering. Tapi pernah
- P Apa keuntungan yang didapat setelah menggunakan Go-Jek?
- J Ya enak aja sih, soalnya kan cepet gitu terus apa sihh, gak kayak ojek – ojek yang konvensional gitu. Kalau ojek online tuh enak, pelayanannya enak, terus kita juga bisa lihat kan eee,, misal kita mau order Go-Jek gitu kan, kemana? Kekampus, ke jalan jawa misalnya lah.kita kan udah tau

berapa harganya kayak gitu. Biasanya kalau ojek biasa kan kalau sudah sampai harganya dimahalin gitu kan.

P Dari kondisi sebelum ada Go-Jek, ada kesesuaian ga sama kondisi kamu yang sekarang?

J Yaaa sesuai kalau kataku sekarang kan sudah zamannya kan beda sudah pakai media sosial kan. Maksudnya apa yaaa. Yaa serba online gitu kan. Apalagi kalangan kayak kita pelajar mahasiswa itu kan berkat adanya itu kita enak gak susah gitu cari-cari transportasi kayak gitu. Yaa dimudahkanlah dengan adanya itu.

P Dulu pertama kali tau Go-Jek itu pernah ngerasain kesulitan ga memahami aplikasinya itu?

J Pernah, dulukan aku belum pernah pakai aplikasi itu, pas instal aku coba-coba. Kayak gimana kok aku salah. Seharusnya tujuanku itu salah ke yang aku tuju. Jadi salah titik tujuannya. Jadi dulu aku masih bingung tetapi sekarang enggak.

P Baru pertama kali kenal Go-Jek, berapa lama untuk belajar memahami?

J Kalau itu sih cuman paling seharian terus aku tanya-tanya ke temen gitu gimana sih cara pakai ini ke yang sudah berpengalaman.

P Apa kamu melakukan pengamatan dulu sebelum naik Go-Jek?

J Iyaa yaa aku melakukan pengamatan gitu yaa lihat-lihat pas awalnya yaa takut ya apa. Tapi aku tanya-tanya yang udah berpengalaman gimana naik Go-Jek itu enak ga sih, maksudnya bahaya ga sih buat kita gitu. Enggak kok enak pelayanannya. Natikan disitu juga ada ulasan-ulasan tuh, kita lihat komentar orang yang sudah menggunakan aplikasi iu gimana gitu.

P Apakah Go-Jek memberi kemudahan?

J Iyalah memberikan kemudahan kan cepet itu.

P Dulu mengenal Go-Jek darimana?

J Dulu pas aku mengenal Go-jek itu. Dulu kan belum ada Go-Jek tuh eeemmm apa, pertamakan omjek dijember itu. Nah, dari situ aku tau dari driver ojek itu sekarang ada aplikasi Go-Jek gitu. Lebih apa sihh, lebihh enka gitu. Kalau dulu Om-Jek kan harganya diukur dari berapa kita kayak

gitu-gitu kan jadi ga tentu. Kalau Go-Jek sudah pasti dan sesuai dengan aplikasinya.

P Berarti Go-Jek menjadi sebuah kebutuhan yaa buat kamu yaa?

J Iya kalau pas *urgent* banget kan itu kan yaa enak udah harganya terjangkau, pelayanan enak, cepet. Jadi gampang kalau mau kemana-mana enggak ribet.

P Uji coba pertama kali dulu bagaimana?

J Uji coba pertama kali yaa enak. Waktu itu aku mau ke stasiun dan udah mepet banget waktunya terus padahal itu subuh-subuh dan cepet gitu. Maksudnya ada ajadrivernya. Dan kita jadi tenang.

P Setelah menggunakan Go-Jek, apa yang kamu lakukan?

J Iya dulu aku setelah nyoba gitu, enggak kecewa sih maksud nya enggak satu dua driver aja yang aku pernah naik. Itu semua drivernya enak gitu loh. Jadi kalau ada kebutuhan yang mendesak dan lagi ga ada kendaraan itu mau kemana-mana enak aja sih. Pengen lagi gitu mencoba Go-Jek.

P Manfaat apa yang kamu rasakan setelah menggunakan Go-Jek?

J Merasa dipermudah terus efektif dan cepet gitu. Kalau angkutan kan lama dan ungu. Sedangkan itu kita sudah tau siapa drivernya gitu. Jadi yaa enak aja sih.

P Ada perubahan ga didiri kamu setelah menggunakan?

J Enggak ada sih.

Wawancara : 10

Informan : Ratih

P Pernah menggunakan Go-Jek yaa?

J Pernah, sering *sehh*

P Dulu gimana sih, awalnya mengenal Go-Jek itu?

J Awalnya yaa dari,, kan memang pakai sepeda sendiri *sehh,,* kok ada Go-Jek, kadang kan juga sepeda dipakai yaaa jadi apaa,, *download* aplikasi Go-Jek aja sudah jadi biar kalau ga ada sepeda jadi enak aja buat pergi kemana-mananya.

- P Dulu bagaimana *pas* pertama kali mengenal Go-Jek mungkin ada langsung ketertarikan atau gimana gitu *pas* awal mula?
- J Kalau tertarik sih iya daripada naik yang lain kan yaaa. Kalau Go-Jek kan tinggal pesen, duduk dirumah *drivernya* langsung *nyampek*. Jadi yaa lebih mudah aja daripada harus nunggu di depan jalan, didepan jalan besar nungguin angkot. Kalau Go-Jek kan langsung nyampek didepan rumah.
- P Alasannya mbak ratih menggunakan Go-Jek?
- J Yang pertama ya tadi itu kemudahannya. Yang kedua karena ekonomis ya, kalau sekarang dibandingkan dari rumah ke kampus itu naik angkot harus dua kali jadi mending naik Go-Jek. Bayar naik angkot pasti dua kali, nunggu nya lama kalau Go-Jek kan tinggal bayar sekali langsung lebih cepet dah daripada itu.
- P Nah, kalau melihat sekarang banyak inovasi teknologi gitu, dari kondisi sebelumnya ga ada Go-Jek terus sekarang ada Go-Jek bagaimana?
- J Yaaa lebih membantu seh, karenakan memang manusia itu kayak bergantung sama teknologi gitu loh, kalau enggak enggak ngikutin teknologi gak akan berkembang.
- P Dulu *pas* pertama kali kenal Go-Jek, pernah mengalami kesulitan ga dalam memahami Go-Jek?
- J Kalau memahami enggak sih karena udah simple dan disitu nya juga biasanya ga terlalu rumit, aplikasinya juga sudah tertata rapi.
- P Dulu membutuhkan waktu berapa lama dari cara memahami sama melakukan uji coba?
- J Gak butuh sampai berhati-hati sih, cukup 2 jam gitu langsung bisa
- P Dulu sebelum menggunakan Go-Jek apa melakukan pengamatan dulu ga sih?
- J Enggak lahh, langsung makai aja.
- P Aplikasi memberikan kemudahan?
- J Yaaaa mudah. Yag satu tuh efisien terus mudah banget, simpel ga perlu ribet jadi bisa mempersingkat waktu di jalan.
- P Uji coba pertama kali gimana kesan-kesannya?

- J Kalau kesanya sehh waktu pertama kali drivernya baru sedikit tapi sekarang sudah banyak jadi ga susah susah amat.
- P Setelah menggunakan Go-Jek, apa yang mbak ratih lakukan?
- J Yang pertama pasti puas sih, karena memang semua driver kan sudah pernah di tes jadi sudah punya sopnya sendiri, draver nya ramah-ramah. kadang meskipun jaraknya jauh yaa tetep ramah sama penumpangnya
- P Ada perubahan ga setelah menggunakan Go-jek?
- J Ada seeh. Antara pakai Go-jek atau enggak. Tapi yang aku rasakan kalau perjalanan jauh lebih mudah pakai Go-Jek sih.
- P Sering ya memakai Go-jekk?
- J Iyaa sering.

Wawancara : 11

Informan : Deni

- P Gimana saudara dulu pertama kali mengenal Go-Jek?
- J Dulu pertama kenal ituu dari... pertama sih dari temen-temen yang sering banget menggunakan Go-Jek. Apalagi temen-temen yang tidak mempunyai kendaraan pribadi. Dan dari situ muncul rasa penasaran gitu loh apalagi temen-temen. Terus juga dari kota-kota sebelumnya memang startup Go-Jek ini yang sangat luar biasa banget, jadi pengen nyoba juga awalnya gitu. Terus jadi eeee coba dan yaa itu.
- P J : Saudara langsung tertarik yaa pas pertama kali ada Go-Jek?
- J Langsung tertarik banget, tapi ee untuk uji cobanya atau dalam arti eee langsung pesen Go-Jek itu masih beberapa waktu sihh jangkanya dari dia awal muncul dikota jember, itu masih ada jarak waktu karena memang kebutuhan pada saat waktu itu jadi memang mencoba untuk makai Go-Jek.
- P Dulu setelah saudara memakai Go-Jek itu, menurut kamu ada perubahan ga dalam diri saudara?
- J Sangat sangat sangat mempengaruhi ee dari perubahan aku dulu. Yang

ketika kemana-mana selalu bingung, misalnya pada saat belum tidak ada kendaraan gitu yaaa. Kemana-mana bingung mencari teman buat menghubungi biar bisa jemput dan sebagainya. Sekarang gak usah bingung ketika ga ada temen yang mau jemput, langsung aja menggunakan aplikasi Go-Jek, terus bisa dateng deh dan juga efisiensi waktunya juga sangat mudah sekali gitu.

P Banyak keuntungan berarti yaaa?

J Banyak sekali keuntungannya ini yang didapat.

P Menurut kamu dari kondisi yang sebelumnya dan sekarang adanya Inovasi transportasi online gitu, adakah kesesuaian gitu dari kondisi sebelumnya sampai sekarang?

J Kesesuaian? Ohh keadaan yang sama dari ini. Mungkin eee.. kesamaannya adalah ini yaa karena mungkin di transportasi ke ini orang juga masih tetap menggunakan kendaraan-kendaraan pribadi dan salah satu mungkin diadakannya transportasi seperti ojek online ini kan adalah untuk mungkin mengurangi seperti macet dan sebagainya tapi kenyataannya juga di masyarakat yang masih tetap menggunakan kendaraan pribadi dalam setiap aktifitasnya gitu.

P Dulu pertama kali uji coba, kamu mengalami kesulitan ga dalam memahami aplikasi itu?

J Tidak sih,, karena aplikasi kalau bagi anak-anak muda manah yang sudah bisa dikatakan *update* dengan teknologi itu sangat mudah sekali dalam pengaplikasiannya. Jadi dengan fitur-fiturnya juga sangat dipermudahkannya apalagi dari zaman ke zaman kan pasti mengalami pembaruan-pembaruan yang membantu kita dalam mengakses aplikasi tersebut.

P Dulu membutuhkan waktu berapa lama tuh untuk memahami dan akhirnya menggunakan Go-Jek?

J Malah ga ada pemahaman jadi langsung eksekusi langsung ini. Udaah.. berangkat udah. Karena sangat mudah sekali dalam aplikasinya

P Dulu sebelum memakai itu, ada pengamatan dulu ga. Melakukan

pengamatan orang itu makai, terus kamu makai. Atau bagaimana ?

J Ohhh,, enggak ada sih enggak ada sihh. Mungkin kalau sekarang bisa jadi ada pengamatan dalam hal membedakan . kan sekarang ada tuh ojek online yang lain yaitu gRab. Mungkin dalam arti bagaimana sih layanannya, bagaimana sih harganya gitu. Mungkin ada pembandingan untuk sekarang ini, tetapi ketika dulu awal muncul Go-Jek memang tidak ada saingannya untuk ojek online jadi tidak ada pengamatan dan sebagainya sih, enggak ada. Langsung aja gitu.

P Seberapa sering kamu menggunakan Go-Jek?

J Kalau sekarang sih enggak terlalu intens banget menggunakan Go-jek, mungkin hanya kondisi-kondisi tertentu. Bisa terhitung kok kadang-kadang pernah satu bulan tidak menggunakan Go-Jek.

P Berrti ga terlalu sering yaa?

J Enggak terlalu sering, hanya saat kondisi-kondisi tertentu aja.

LAMPIRAN 2

Dokumentasi saat wawancara dengan informan mengenai proses pengambilan keputusan dalam menggunakan Go-Jek



Dokumentasi saat wawancara dengan informan mengenai proses pengambilan keputusan dalam menggunakan Go-Jek



Dokumentasi saat wawancara dengan informan mengenai proses pengambilan keputusan dalam menggunakan Go-Jek



Dokumentasi saat wawancara dengan informan mengenai proses pengambilan keputusan dalam menggunakan Go-Jek



Dokumentasi saat wawancara dengan informan mengenai proses pengambilan keputusan dalam menggunakan Go-Jek



Dokumentasi saat wawancara dengan informan mengenai proses pengambilan keputusan dalam menggunakan Go-Jek



Dokumentasi saat wawancara dengan informan mengenai proses pengambilan keputusan dalam menggunakan Go-Jek



Dokumentasi saat wawancara dengan informan mengenai proses pengambilan keputusan dalam menggunakan Go-Jek



Dokumentasi saat wawancara dengan informan mengenai proses pengambilan keputusan dalam menggunakan Go-Jek



Dokumentasi saat melakukan observasi mengenai proses pengambilan keputusan dalam menggunakan Go-Jek



Dokumentasi saat melakukan observasi mengenai proses pengambilan keputusan dalam menggunakan Go-Jek