

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Pada era revolusi industri 4.0 saat ini, perkembangan teknologi informasi mulai dari smartphone hingga media sosial telah mengubah gaya hidup masyarakat hingga pada titik yang paling fundamental. Dengan kemajuan teknologi yang telah mempermudah pekerjaan masyarakat baik secara langsung maupun tidak langsung telah merubah gaya hidup masyarakat. Perubahan gaya hidup mendorong masyarakat modern saat ini menjadi masyarakat yang cenderung konsumtif, Hal ini karena masyarakat membutuhkan kemudahan dalam segala aspek kehidupan dengan prinsip yang lebih praktis, sehingga dapat mempersingkat waktu dan tidak mengganggu pekerjaan.

Bisnis transportasi di Indonesia saat ini sedang berkembang dan tumbuh dengan pesat. Pelaku usaha mulai bersaing mengembangkan usahanya secara inovatif dan kreatif dengan cara memanfaatkan teknologi sebagai sarana usaha sesuai dengan semakin meningkatnya kebutuhan masyarakat akan kemudahan dalam kegiatan sehari-hari. Teknologi yang dimanfaatkan pelaku usaha salah satunya yaitu kecanggihan pemrograman aplikasi berbasis *online* melalui android maupun iOS yang pengoperasiannya sebagian menggunakan internet dan sebagian lagi bisa dioperasikan tanpa memerlukan jaringan internet. Hal ini dapat dilihat melalui semakin banyak aplikasi-aplikasi berbasis *online* seperti aplikasi penjualan barang.

aplikasi tiket online, aplikasi transportasi umum dan lain sebagainya yang dapat diunduh melalui google play maupun app store pada setiap *smartphone* android maupun ios.

Akibat perkembangan teknologi informasi, bidang transportasi juga ikut mengalami perkembangan dengan adanya transportasi dengan memanfaatkan teknologi yakni transportasi berbasis *online*. Pengguna jasa atau pengguna aplikasi transportasi *online* sudah mulai marak dan terus meningkat di kalangan masyarakat. Hal ini dikarenakan fasilitas tersebut memiliki keunggulan berupa kemudahan dalam penggunaannya, orang hanya perlu mengunduh aplikasi kemudian dapat menggunakan aplikasi tersebut sesuai kebutuhan. Sistemnya yang bekerja secara *online* dan menggunakan fitur *GPS* juga memberikan kemudahan bagi penggunanya dalam menentukan titik penjemputan maupun lokasi tujuan dengan lebih detail dan akurat. Adapun jasa aplikasi transportasi berbasis *online* di Indonesia yaitu Go-Jek dan Grab.

Keberadaan jasa transportasi online pada masa kini memberikan dampak yang baik bagi masyarakat. Akan tetapi, dengan keberadaan transportasi online juga menimbulkan adanya pro-kontra diantara masyarakat terutama pada penyedia jasa angkutan umum secara konvensional yang merasa rugi dengan keberadaan transportasi online. Mereka merasa bahwa keberadaan transportasi online menyebabkan turunnya minat dari para pengguna jasa transportasi umum konvensional yang berdampak pada penurunan perolehan pendapatan yang sangat signifikan. Faktor inilah yang memicu para pengemudi angkutan umum konvensional melakukan demonstrasi secara besar-besaran untuk menyatakan penolakan terhadap keberadaan transportasi online dan menuntut pemerintah untuk mencabut izin yang telah diberikan untuk penyelenggaraan transportasi online.

Selain sangat memudahkan masyarakat dengan adanya jasa transportasi online juga memberikan kelebihan dan keuntungan kepada masyarakat. Adapun manfaat dari keberadaan

jasa transportasi ojek online dirasakan masyarakat sebagai konsumen dan dapat memberi manfaat bagi masyarakat yang membutuhkan pekerjaan yakni menjadi lapangan pekerjaan dan bagi masyarakat yang mempunyai usaha yang membutuhkan jasa pada bagian pengiriman dapat juga melakukan kerjasama kemitraan berupa pengadaan jasa kurir online sehingga proses distribusi dan pengiriman produk dagangan untuk para konsumen dapat dilakukan dengan lebih mudah.

Dalam menjalankan usahanya, PT. Grab bekerja sama dengan driver. Hal ini memudahkan masyarakat agar bisa bergabung menjadi mitra kerja jasa ojek online yaitu sebagai driver ojek online, hal ini tentu saja memberi manfaat yang begitu besar dikarenakan mampu menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar meski hanya sebagai mitra. Agar dapat menjadi driver ojek online maka calon driver ini perlu melakukan perjanjian dengan perusahaan penyedia aplikasi jasa ojek online. Perjanjian tersebut berupa perjanjian elektronik, adapun berdasarkan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik Pasal 1 angka 17 memiliki pengertian kontrak elektronik adalah perjanjian para pihak yang dibuat melalui sistem elektronik.

Perjanjian memiliki bagian penting dalam melaksanakan bisnis terutama dalam hal kemitran. Segala kegiatan dan ketentuan-ketentuan diatur dalam hukum perjanjian agar bisnis dapat dijalankan dengan lancar, tertib dan aman sehingga tidak ada pihak yang merasa rugi karena ada kegiatan bisnis tersebut. Perjanjian kemitraan adalah salah satu perjanjian yang tidak diatur dalam buku III BW karena muncul dari asas kebebasan berkontrak. Perkembangan dalam hal ini terjadi karna keberadaan Pasal 1320, 1338 dan 1339 BW yang mengandung asas kebebasan berkontrak. Pada buku III BW menganut sistem terbuka, oleh karena itu para pihak bebas untuk mengadakan perjanjian dengan siapapun, bentuk perjanjian, menentukan objek

perjanjian, pada sistem hukum mana perjanjian tersebut bisa tunduk dan juga mekanisme yang dapat ditempuh apabila terjadi masalah dikemudian hari yang berhubungan dengan perjanjian yang telah dibuat.

Hubungan hukum yang timbul dari perjanjian kemitraan diantara driver dan perusahaan, menggunakan perjanjian kerjasama kemitraan. Perjanjian kemitraan yang digunakan didalam kerjasama antar Perusahaan penyedia aplikasi jasa transportasi online dengan *driver* harus ikut ketentuan yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang UMKM pada bab VIII di mana dijelaskan bahwa di dalam isi perjanjian kemitraan sekurang-kurangnya harus mengatur mengenai kegiatan usaha, hak dan kewajiban para pihak, bentuk pengembangan, jangka waktu, dan penyelesaian perselisihan. Mengenai pelaksanaan UU No 20 Tahun 2008 diatur pada Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2013, dengan inti pembahasannya adalah pelaksanaan kemitraan harus didasarkan pada prinsip saling memerlukan, memperkuat dan saling menguntungkan.

Aplikasi Grab menawarkan banyak pilihan layanan transportasi mulai dari taksi, mobil pribadi, sepeda motor, pemesanan makanan, layanan nebang, hingga pengiriman paket untuk memenuhi kebutuhan penumpang. Layanan yang ditawarkan di kota Bandung antara lain *GrabCar* atau layanan transportasi untuk mereka yang memilih kenyamanan berkendara layaknya menggunakan mobil pribadi, *GrabBike* atau layanan transportasi dengan menggunakan sepeda motor, *GrabExpress* atau layanan pengiriman paket yang cepat, aman dan terpercaya, *GrabFood* atau layanan pesan antar makanan, dan yang terbaru yakni *GrabFresh* atau layanan pengiriman terbaru yang mengantarkan belanjaan dari supermarket.

Salah satu fitur aplikasi Grab adalah *GrabFood* yang merupakan layanan pesan antar makanan. Cara pemesanan makanan pada aplikasi Grabfood hanya dengan cara memilih nama

toko atau *restaurant* pada aplikasi, kemudian memilih menu makanan yang diinginkan yang telah tertera pada aplikasi dan kemudian akan muncul total harga yang harus dibayarkan. Informasi yang ada kemudian dikirim ke *server* Grab dan sistem informasi Grab meneruskan informasi ke *driver* yang ada di sekitar lokasi. *Driver* menerima pesanan atau orderan, memesan makanan yang dipilih dengan pembayaran terlebih dulu pada pesanaan tersebut, kemudian mengantarkan makanan ke tempat yang telah ditentukan pemesan. Sesungguhnya dengan adanya layanan pesan antar makanan atau *GrabFood* sangatlah mempermudah para konsumen yang tidak bisa membeli makanan di *restaurant* yang tidak menyediakan layanan pengantaran makanan.

Saat ini perubahan gaya hidup yang konsumtif sangat terlihat pada generasi modern atau yang biasa disebut dengan generasi milenial (*Millennial Generation*), generasi milenial merupakan generasi modern yang hidup di pergantian milenium. Secara bersamaan di era ini teknologi digital mulai merasuk ke segala sendi-sandi kehidupan. Generasi milenial atau yang disebut juga generasi Y ini lahir sekitar tahun 1980 sampai 2000. Jadi bisa dikatakan generasi milenial adalah generasi muda masa kini yang saat ini berusia sekitar 15–34 tahun. Kisaran usia tersebut sesuai dengan rata-rata usia mahasiswa yang sedang menempuh pendidikan di perguruan tinggi yaitu sekitar 19–34 tahun. Pada era serba canggih saat ini, bisnis digital atau online mulai tumbuh termasuk di antaranya bisnis pemesanan makanan dimana kita bisa memesan makanan dengan menggunakan aplikasi yang tersedia pada *smartphone*. Memesan makanan dapat dilakukan dari mana saja dan kapan saja, tanpa harus datang ke toko atau ke mall secara langsung. Salah satu layanan jasa berbasis online saat ini yang dapat di manfaatkan untuk memesan makanan adalah *GrabFood*. *GrabFood* sendiri merupakan salah satu bentuk pelayanan jasa yang terdapat pada fitur layanan aplikasi jasa Grab. Adapun yang menjadi tujuan dalam

penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada pengaruh dalam perilaku generasi milenial yang terdiri dari user generated content, memanfaatkan teknologi dan informasi, konsumtif dan perilaku yang cenderung malas terhadap keputusannya dalam menggunakan aplikasi GrabFood untuk memenuhi kebutuhan makanya sehari-hari, serta untuk mengetahui variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan dalam menggunakan aplikasi GrabFood.

Milenial memanfaatkan teknologi dan informasi, milenial cenderung lebih malas dan konsumtif karena karakteristik tersebut memenuhi kriteria pada penelitian terkait perilaku milenial terhadap keputusan menggunakan aplikasi GrabFood. Berikut ini adalah penjelasan dari beberapa karakteristik tersebut yang digunakan untuk mengetahui keputusan dalam menggunakan aplikasi GrabFood.

Berdasarkan salah satunya studi yang dilakukan oleh *Boston Consulting Group (BCG)* bersama *University of Berkley* tahun 2011 di Amerika. Studi ini mengambil tema *American Millennials: Deciphering the Enigma Generation*. Di tahun sebelumnya, Pew Research Center (2010) juga merilis laporan riset dengan judul *Millennials: A Portrait of Generation Next*, Rahayu Aditya literature telah merangkum dan menjelaskan pengertian *user generated content* (UGC) dalam artikel pada hipwee.com bahwa kini sudah bukan jamannya lagi bagi kaum milenial untuk percaya pada produk iklan atau perusahaan besar. Bisa dikatakan kalau mereka sudah tidak percaya lagi kepada distribusi informasi yang bersifat satu arah. Mereka jauh lebih percaya pada *user generated content (UGC)* atau konten dan informasi yang dibuat oleh perorangan. Contohnya saja ketika ingin membeli sebuah produk, mereka tidak akan langsung membelinya hanya karena melihat iklan konvensional. Tapi mereka justru akan mencari tahu terlebih dahulu review atau testimoni yang dilakukan oleh orang lain di internet. Mereka pun juga tidak akan ragu membagikan pengalaman baik atau buruk yang mereka alami terhadap

sebuah merek agar orang lain bisa mendapatkan informasi. *Metode user generated content* (UGC) ini juga digunakan oleh para pebisnis khususnya yang bergerak pada bisnis online sebagai strategi dalam pemasaran produk kepada konsumen jaman sekarang yang mayoritas adalah milenial.

Karena lahir di era kemajuan teknologi, perilaku Gen Y ini amat sangat bergantung dengan teknologi. Mereka bergantung pada internet untuk mencari beragam informasi termasuk mengumpulkan informasi sebelum mengambil keputusan pembelian suatu produk atau menggunakan suatu jasa. Mengingat kelancaran dan kenyamanan milenial dengan teknologi dan informasi, mereka memiliki pandangan positif tentang bagaimana teknologi dan informasi memengaruhi kehidupan mereka daripada generasi sebelumnya. Menurut Djoyohadikusumo (1994) Pengertian teknologi sebagai bidang yang berkaitan erat dengan ilmu pengetahuan dan ilmu teknik atau rekayasa. Pada dasarnya dapat disimpulkan bahwa teknologi dapat dikatakan memiliki dua dimensi, yaitu dimensi teknik dan ilmu pengetahuan dimensi. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa generasi milenial sangat memanfaatkan teknologi dan informasi karena adanya kemajuan teknologi dan informasi dan generasi milenial dapat melakukan aktivitas menjadi sangat mudah, instan serta update dengan informasi terkini.

Gaya hidup online sepertinya sudah menjadi bagian dari jiwa seorang milenial. Tidak heran berbagai iklan produk barang dan jasa tidak asing bagi milenial melalui berbagai platform media. Ajakan untuk berbelanja mengemula sejak orang bangun tidur, beraktivitas, hingga saat kembali ke rumah. Tidak heran, mereka menjadi konsumtif. Generasi milenial lebih konsumtif dalam arti lebih senang menghabiskan uang untuk membeli suatu produk atau menggunakan jasa yang telah disediakan. Milenial merupakan konsumen yang mendominasi pasar saat ini. Tak heran ini merupakan peluang bisnis bagi pelaku bisnis khususnya bisnis online.

Generasi milineal merupakan gelar yang diperuntukan bagi individu atau kelompok yang menyukai yang bersifat instan dalam segala hal, dalam artian tidak ingin menjadi terbebani oleh waktu dalam mencapai tujuan yang diinginkan. Hal ini menjadi peluang bagi pebisnis khususnya yang bergerak pada bisnis online. Dalam sistem online semuanya diterangkan secara detail sehingga tidak membingungkan pelanggan dalam melakukan pemesanan. Dengan semua kemudahan tanpa membingungkan ini, tentunya semua orang menjadi terjerumus akan teknologi yang ditawarkan. Dengan semua kemudahan ini, menjadikan individu menjadi pribadi yang malas berusaha untuk mencapai hasil. Berdasarkan literatur dari artikel [belajarpsikologi.com](http://belajarpsikologi.com) yang mengutip pendapat dari Zaqeus (2008) Rasa malas diartikan sebagai keengganan seseorang untuk melakukan sesuatu yang seharusnya atau sebaiknya dia lakukan.

Berdasarkan literature dari artikel [majalahfranchise.com](http://majalahfranchise.com) menjelaskan bahwa Setelah sukses mengenalkan bisnis ojek online kepada masyarakat Indonesia, Platform yang dikembangkan Grab memang memungkinkan hal tersebut. Salah satu layanan barunya adalah GrabFood merupakan sebuah fitur layanan Food delivery layaknya delivery order di sebuah rumah makan. Hanya dengan menggunakan smartphone dan membuka fitur GrabFood di dalam aplikasi Grab, konsumen bisa memesan makanan dari restoran yang sudah bekerja sama dengan Grab. Makanan akan dipesan dan diantar langsung oleh Grab. Fitur GrabFood yang dikembangkan Grab jelas menguntungkan semua pihak. Bagi konsumen, bisa dimudahkan dalam hal memesan makanan. Bagi Grab bisa menambah pemasukan dengan banyaknya order yang masuk via GrabFood. Sedangkan bagi pengusaha usaha, ada potensi kenaikan omset dari layanan GrabFood ini.

## **1.2. Fokus Penelitian**

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, maka peneliti memformulasikan sebuah fokus penelitian sebagai berikut: “REALITAS GAYA HIDUP REMAJA PENGGUNA GRABFOOD? STUDI FENOMENOLOGI PADA REMAJA di BANDUNG”.

### **1.3. Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan fokus penelitian tersebut, maka pertanyaan penelitian yang peneliti susun adalah:

1. Bagaimana motif penyebab gaya hidup remaja pengguna grabfood?
2. Bagaimana motif tujuan gaya hidup remaja pengguna grabfood?

### **1.4. Maksud dan Tujuan**

#### **1.4.1. Maksud Penelitian**

Maksud penelitian ini untuk menjawab fokus penelitian yaitu: “Realitas gaya hidup remaja pengguna grabfood” (studi fenomenologi pada remaja di Bandung).

#### **1.4.2. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini untuk menjawab pertanyaan penelitian yaitu:

1. Mengetahui motif penyebab gaya hidup remaja pengguna grabfood.
2. Mengetahui motif tujuan gaya hidup remaja pengguna grabfood.

### **1.5. Manfaat Penelitian**

#### **1.5.1. Manfaat Akademis**

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat akademis yaitu:

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap ilmu pengetahuan, khususnya ilmu komunikasi.
2. Untuk menambah kajian dan pemahaman dalam bidang ilmu komunikasi yang berkaitan dengan komunikasi antar pribadi.

#### **1.5.2. Manfaat Praktis**

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan menjadi referensi untuk penelitian berikutnya yang meneliti tentang remaja pengguna grabfood.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan oleh pemerintah atau pembuat jasa transportasi online untuk dijadikan masukan untuk dikembangkan kembali.