

# BAB I

## PENDAHULUAN

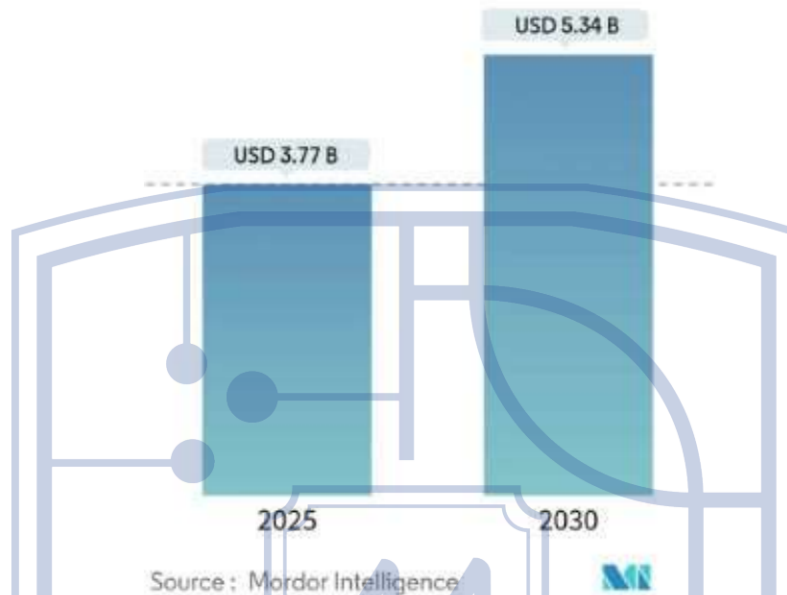
### 1.1 Latar Belakang

Transportasi merupakan salah satu sektor vital dalam kehidupan manusia yang berperan penting dalam menunjang aktivitas sosial, ekonomi, dan budaya. Dalam konteks pembangunan modern, transportasi tidak hanya berfungsi sebagai sarana perpindahan manusia dan barang, tetapi juga sebagai sistem yang mendukung pertumbuhan ekonomi dan konektivitas antar wilayah. Sistem transportasi yang efisien dan terintegrasi menjadi fondasi utama bagi kemajuan suatu daerah, karena memengaruhi mobilitas penduduk, kelancaran distribusi logistik, serta akses terhadap berbagai layanan publik. Transportasi juga berperan strategis dalam meningkatkan produktivitas nasional dan kualitas hidup masyarakat melalui penyediaan layanan yang aman, cepat, dan terjangkau [1].

Perkembangan teknologi informasi dalam era digital saat ini telah mengubah cara manusia beraktivitas, berinteraksi, dan memenuhi kebutuhan sehari-hari, termasuk dalam sektor transportasi. Pemanfaatan *mobile application*, *cloud computing*, dan layanan berbasis lokasi (*geolocation*) memungkinkan masyarakat memesan kendaraan, memantau perjalanan, serta melakukan pembayaran tanpa interaksi langsung dengan pengemudi, sehingga mendorong peralihan dari transportasi konvensional ke layanan Transportasi Online. Salah satu universitas di Indonesia, UGM, menyebut bahwa teknologi seperti *Internet of Things (IoT)*, *big data*, dan sistem transportasi cerdas memungkinkan mobilitas menjadi lebih aman dan responsif terhadap kebutuhan warga [2].

## Indonesia Ride Hailing Market

Market Size in USD Billion  
CAGR 7.23%



Gambar 1.1 Pertumbuhan *ride-hailing* di Indonesia

Laporan pasar dari *Mordor Intelligence* menunjukkan bahwa pasar *ride-hailing* di Indonesia terus mengalami pertumbuhan pesat sejak tahun 2021, dengan nilai pasar yang tumbuh dan diprediksi mencapai sekitar USD 3,77 milyar di tahun 2025, dengan laju pertumbuhan tahunan gabungan (CAGR) sekitar 7,23% dari 2025 hingga 2030 [3]. Hal ini disebabkan oleh urbanisasi meningkat, penetrasi *smartphone* tinggi, dan permintaan mobilitas yang fleksibel di kota-kota besar. Selain itu, menurut data statistik dari Badan Pusat Statistik (BPS) dalam publikasi Statistik Telekomunikasi Indonesia tahun 2024, dari hasil pendataan Survei Susenas 2024, terdapat 72,78 persen penduduk Indonesia telah mengakses internet di tahun 2024 dan 69,21 persen di tahun 2023. Penetrasi internet serta kepemilikan perangkat telekomunikasi yang meningkat, mendukung aksesibilitas aplikasi digital secara luas [4].

Data lain dari laporan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menunjukkan bahwa pada tahun 2023, pengguna internet di Indonesia telah mencapai angka 79,5% atau sekitar 221 juta orang, menggambarkan bahwa proporsi populasi yang bisa mengakses aplikasi *online* sangat besar dan terus meningkat [5]. Tren ini menandakan bahwa transportasi berbasis aplikasi telah menjadi elemen penting dalam kehidupan masyarakat urban modern, termasuk di wilayah seperti Kota Medan.

Ketertarikan peneliti terhadap transportasi online didasari oleh beberapa indikator penting yaitu, penggunaan layanan transportasi online menunjukkan tren pemakaian yang cukup tinggi dalam kehidupan masyarakat perkotaan. Hasil studi menunjukkan bahwa rata-rata pengguna memanfaatkan layanan transportasi online antara 4 hingga 12 kali per minggu, menandakan bahwa aplikasi transportasi digital telah menjadi bagian penting dari aktivitas mobilitas sehari-hari masyarakat perkotaan. Hal ini menunjukkan bahwa frekuensi penggunaan layanan tinggi, dan juga pengalaman pengguna menjadi faktor penting dalam mempertahankan frekuensi penggunaan dan jumlah pengguna aktif. Pengalaman pengguna yang baik mencerminkan sejauh mana interaksi antara pengguna dan sistem mampu memberikan kemudahan, kenyamanan, serta kepuasan emosional selama penggunaan. Semakin baik pengalaman yang dirasakan pengguna terhadap sistem informasi dan layanan yang disediakan, maka semakin besar pula kemungkinan mereka untuk terus menggunakan aplikasi transportasi online tersebut secara konsisten.

Kualitas layanan dan *e-service quality* memiliki pengaruh besar terhadap tingkat pengalaman pengguna, yang kemudian berdampak pada loyalitas pengguna, ketertarikan untuk menggunakan kembali, serta intensitas penggunaan aplikasi di masa depan. Berdasarkan pertimbangan tersebut, peneliti memilih transportasi online sebagai fokus penelitian karena beberapa alasan. Pertama, hubungan antara kualitas sistem informasi dengan pengalaman pengguna, seperti pemesanan, pelacakan, dan negosiasi tarif, lebih terlihat jelas pada layanan ini. Kedua, transportasi online memiliki frekuensi penggunaan tinggi, sehingga pengaruh kualitas sistem terhadap perilaku pengguna dapat diukur secara nyata. Ketiga, banyak penelitian di Indonesia yang menyoroti kaitan antara kualitas layanan transportasi Online dengan pengalaman pengguna, sehingga menyediakan dasar literatur yang kuat untuk penelitian ini.

Di antara banyaknya aplikasi Transportasi Online, penelitian ini memilih InDrive sebagai fokus utama. Alasan pemilihan ini mencakup keunikan yang membedakan InDrive dari kompetitor, terutama pada fitur tawar-menawar tarif secara *real-time* antara penumpang dan pengemudi. Sistem ini memungkinkan pengguna berinteraksi langsung dengan data lokasi pengemudi, estimasi waktu tiba, dan informasi tarif, sehingga pengalaman pengguna sangat bergantung pada keandalan, keakuratan, dan responsivitas sistem informasi yang diterapkan [7].

Potensi kesenjangan dalam penelitian terkait evaluasi sistem informasi InDrive di konteks lokal Indonesia, khususnya di Kota Medan, juga menjadi pertimbangan penting.

Sebagian studi dan laporan menunjukkan bahwa pemanfaatan fitur-fitur canggih, seperti sistem tawar-menawar tarif secara *real-time*, masih dipengaruhi oleh tingkat literasi digital pengguna di beberapa wilayah [8]. Hal ini menandakan adanya kebutuhan untuk penelitian lebih mendalam mengenai kualitas sistem informasi InDrive dan pengalaman pengguna (*User Experience/UX*) secara lokal, karena aspek keandalan, akurasi, dan responsivitas sistem informasi dapat berbeda pada tiap daerah, salah satunya adalah Kota Medan.

Dalam konteks persaingan layanan transportasi online yang semakin ketat, pengalaman pengguna menjadi faktor pembeda utama yang menentukan keberhasilan sebuah aplikasi. Pengalaman pengguna tidak hanya mencakup kemudahan dalam melakukan transaksi, tetapi juga mencerminkan bagaimana sistem informasi mampu memberikan rasa nyaman, efisiensi, serta kepercayaan selama proses penggunaan. Menurut *Interaction Design Foundation* (2024), UX merupakan aspek strategis yang berperan penting dalam membangun loyalitas pengguna dan memengaruhi persepsi terhadap kualitas layanan digital secara keseluruhan [9]. Dalam hal ini, penelitian terhadap UX aplikasi InDrive menjadi relevan karena model bisnisnya yang unik yaitu sistem tawar-menawar tarif secara *real-time* sehingga menuntut interaksi aktif antara pengguna dan sistem. Kompleksitas interaksi tersebut menjadikan UX sebagai komponen yang penting untuk memastikan bahwa setiap elemen antarmuka, navigasi, dan aliran informasi dapat digunakan secara intuitif dan efisien.

Pada penelitian ini, pengukuran pengalaman pengguna terhadap aplikasi InDrive akan dilakukan dengan menggunakan model *UX Honeycomb* yang dikembangkan oleh Peter Morville pada tahun 2004. Model *UX Honeycomb* menilai pengalaman pengguna dari tujuh dimensi utama yaitu *useful, usable, desirable, findable, accessible, credible, dan valuable* [10]. Metode ini dipilih karena mampu memberikan gambaran menyeluruh mengenai bagaimana pengguna merasakan aplikasi bukan hanya dari sisi fungsionalitas atau keandalan, tetapi juga dari aspek nilai yang dirasakan, estetika antarmuka, aksesibilitas, dan kepercayaan terhadap aplikasi [11]. Dibandingkan dengan metode lain seperti *System Usability Scale* yang hanya mengukur tingkat kemudahan penggunaan, atau *Technology Acceptance Model* yang lebih menekankan pada penerimaan teknologi, *UX Honeycomb* memberikan pendekatan yang lebih menyeluruh dalam memahami kualitas pengalaman pengguna. Oleh karena itu, *UX Honeycomb* dinilai lebih sesuai untuk mengukur kualitas pengalaman pengguna aplikasi transportasi online seperti InDrive

dibandingkan dengan beberapa model lain yang hanya menekankan aspek teknologi atau kepuasan dasar.

Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian menggunakan metode *UX Honeycomb* terhadap aplikasi InDrive dengan judul “**Analisis User Experience Aplikasi InDrive Menggunakan Metode UX Honeycomb pada Pengguna di Kota Medan**”.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh dari tujuh dimensi *UX Honeycomb* (*useful, usable, desirable, findable, accessible, credible, dan valuable*) terhadap pengalaman pengguna aplikasi InDrive di Kota Medan?
2. Faktor mana di antara ketujuh dimensi *UX Honeycomb* yang paling berpengaruh terhadap penerimaan aplikasi InDrive di kalangan pengguna di Kota Medan?

## 1.3 Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah yang telah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh tujuh dimensi *UX Honeycomb* yaitu *useful, usable, desirable, findable, accessible, credible, dan valuable* terhadap pengalaman pengguna aplikasi InDrive di Kota Medan. Tujuan ini berfokus untuk mengetahui sejauh mana setiap dimensi dalam model *UX Honeycomb* mulai dari manfaat fitur (*useful*), kemudahan penggunaan (*usable*), daya tarik desain (*desirable*), kemudahan menemukan informasi (*findable*), keterjangkauan fungsi (*accessible*), kepercayaan terhadap sistem (*credible*), hingga nilai yang dirasakan (*valuable*) berkontribusi terhadap persepsi dan pengalaman pengguna ketika berinteraksi dengan aplikasi InDrive.
2. Menentukan dimensi *UX Honeycomb* yang paling berpengaruh terhadap penerimaan aplikasi InDrive di kalangan pengguna di Kota Medan. Tujuan ini menentukan faktor utama yang memiliki pengaruh paling besar dalam mendorong penerimaan dan penggunaan aplikasi secara berkelanjutan sehingga dapat memberikan gambaran mengenai aspek prioritas yang perlu diperhatikan dalam

pengembangan sistem informasi dan desain pengalaman pengguna (UX) agar dapat meningkatkan kepuasan serta loyalitas pengguna di masa mendatang.

#### 1.4 Manfaat

Adapun hasil penelitian ini diharapkan memberikan manfaat dalam dua aspek utama, yaitu:

1. Manfaat Teoretis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu di bidang sistem informasi dan *User Experience (UX)*, khususnya dalam penerapan metode *UX Honeycomb* untuk menilai pengalaman pengguna pada aplikasi Transportasi Online. Hasil penelitian ini dapat menambah referensi akademik mengenai bagaimana tujuh dimensi *UX Honeycomb* yaitu *useful, usable, desirable, findable, accessible, credible, dan valuable* dapat digunakan untuk mengukur kualitas interaksi pengguna dengan aplikasi digital. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi acuan bagi studi-studi selanjutnya yang ingin menganalisis hubungan antara kualitas sistem informasi, desain antarmuka, dan pengalaman pengguna dalam konteks layanan digital berbasis aplikasi *mobile*.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi pihak InDrive dalam meningkatkan kualitas pengalaman pengguna, terutama pada aspek yang paling berpengaruh terhadap persepsi pengguna di Kota Medan. Dengan memahami dimensi UX yang paling dominan, perusahaan dapat melakukan evaluasi sistem, memperbaiki desain antarmuka, serta mengoptimalkan fitur agar lebih sesuai dengan kebutuhan pengguna lokal. Bagi pengguna aplikasi, penelitian ini menjadi wadah untuk menyampaikan pengalaman dan persepsi mereka terhadap layanan yang diberikan oleh InDrive. Sementara itu, bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini dapat dijadikan dasar untuk mengembangkan kajian lebih lanjut mengenai penerapan metode *UX Honeycomb* pada sektor transportasi digital atau aplikasi sejenis lainnya.

#### 1.5 Ruang Lingkup

Seiring dengan pesatnya perkembangan layanan transportasi berbasis aplikasi, penilaian terhadap aspek pengalaman pengguna menjadi hal yang krusial untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan dan persepsi pengguna.

Oleh sebab itu, ruang lingkup penelitian ini dibatasi secara jelas agar pembahasan lebih terarah, sistematis, dan selaras dengan tujuan penelitian sebelumnya, sebagai berikut:

1. Ruang lingkup penelitian ini difokuskan pada analisis pengalaman pengguna (*User Experience*) terhadap aplikasi InDrive di Kota Medan.
2. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna aplikasi InDrive di kawasan Kota Medan.
3. Penentuan sampel penelitian akan dilakukan dengan metode Lemeshow, mengingat jumlah populasi pengguna aplikasi InDrive di Kawasan Kota Medan belum diketahui secara pasti.
4. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara online kepada pengguna aktif aplikasi InDrive di Kota Medan.
5. Data yang diperoleh akan dianalisis menggunakan teknik analisis regresi linear berganda, karena penelitian ini memiliki lebih dari satu variabel bebas (X) yaitu variabel *Useful*, *Usable*, *Valuable*, *Accessible*, *Findable*, *Credible* dan *Desirable* yang memengaruhi variabel terikat (Y) yaitu pengalaman pengguna.
6. Proses pengolahan data dan perhitungan statistik, penelitian ini akan menggunakan alat bantu aplikasi SPSS versi 29.
7. Penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) sebesar 0,05, yang menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan yang digunakan adalah sebesar 95%.