

## **ABSTRAK**

### **ANALISIS MOTIVASI – MOTIVASI PENDORONG MASYARAKAT MELAKUKAN *COLLABORATIVE-CONSUMPTION***

**Sapto Triyono**

14/376763/PEK/20497

Perubahan pola konsumsi di masyarakat yang mulai lebih memilih mengonsumsi pengalaman menggunakan suatu produk bukan pada memiliki keutuhan produk tersebut secara mutlak, dibaca sebagai peluang bagi sebagian perusahaan – perusahaan *startup* yang baru hadir. Salah satu pola konsumsi yang mulai terlihat di masyarakat yaitu penggunaan suatu aset secara bersama – sama (*access based consumption*) yang salah satu produknya adalah *ride-sharing*. Produk ini merupakan produk baru yang hadir di Indonesia dengan balutan teknologi yang berbasis *collaborative consumption*.

Dengan menganalisis dan mencari motivasi – motivasi yang menjadi pendorong mengapa masyarakat mulai mau melakukan kegiatan *collaborative consumption* tersebut, diharapkan perusahaan – perusahaan yang menjalani bidang industri tersebut dan yang berkaitan dapat lebih fokus pada kebutuhan – kebutuhan yang menjadi latar belakang masyarakat tersebut.

Dengan menggunakan konsep motivasi McGuire akan didapatkan delapan motivasi yang menjadi latar belakang mereka terbuka untuk saling berinteraksi didalam suatu kolaborasi.

**Kata Kunci : *Collaborative Consumption, Sharing Economy, Ride-Sharing***

**ABSTRACT**

**THE DRIVERS MOTIVES ANALYSIS OF PEOPLE START DOING  
THE COLLABORATIVE-CONSUMPTION**

**Sapto Triyono**

14/376763/PEK/20497

*Change of the consumption pattern in the society is focussing on the experience of using a product, not the absolute ownership of its is seen as an opportunity of the business for several new startup companies just grown. One of the new consumption pattern that seen in the society is the collaboration use of an asset together (access based consumption) one of a product is ride-sharing. This product is a new that just grown in Indonesia with covered by the technology based on the collaborative consumption.*

*With regard to analyzing and digging the motives that drive people start doing the collaborative consumption, companies that concentrate to the core business to it and so for other relate can be more focuss to the need of people foreground.*

*By using the McGuire's motivation concept we will get at least eight motives that drive people why they start doing the interaction in a collaboration.*

**Keyword : Collaborative Consumption, Sharing Economy, Ride-Sharing**