

**PENGARUH MODA TRANSPORTASI BERBASIS APLIKASI TERHADAP PILIHAN MASYARAKAT DALAM MENENTUKAN MODA TRANSPORTASI DAN DAMPAKNYA TERHADAP PENDAPATAN *DRIVER* OJEK *ONLINE***

**Sugiyarto<sup>1\*</sup>, Desilia Purnama Dewi<sup>2</sup>, Edi Junaedi<sup>3</sup>**

Dosen Sekretari D-III, Universitas Pamulang

\*Email: [sugiyarto\\_01722@unpam.ac.id](mailto:sugiyarto_01722@unpam.ac.id)

**ABSTRAK**

Perubahan teknologi yang sangat cepat akhirnya membuat persaingan usaha angkutan umum menjadi ketat dan menuntut kreativitas pelaku usaha. Kehadiran moda transportasi berbasis aplikasi akhirnya menjadi pilihan masyarakat dan menggeser penyedia jasa transportasi konvensional. Dengan berbagai macam kemudahan termasuk biaya yang sudah diketahui pada awal pemesanan, membuat masyarakat merasa nyaman dengan pelayanan yang diberikan, kemudian memberikan pilihan kepada masyarakat dalam menggunakan jasa transportasi dan memberikan perubahan pendapatan bagi *driver ojek online*. Penelitian ini bertujuan mengkaji dampak secara langsung kehadiran moda transportasi berbasis aplikasi mampu merubah pilihan masyarakat beralih dari moda transportasi konvensional ke moda transportasi berbasis aplikasi dan untuk mengetahui dampak dari perubahan pilihan masyarakat terhadap pendapatan *driver*. Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, yaitu metode penelitian yang berlandaskan filsafat positivisme. Teknik pengambilan sampel dilakukan secara acak dari populasi. Pengumpulan data dilakukan dengan cara memanfaatkan instrumen penelitian dengan kuesioner yang disebarakan kepada responden. Penelitian menggunakan Uji analisis jalur (*path analysis*). Moda transportasi berbasis aplikasi (X) memiliki pengaruh signifikan terhadap pilihan masyarakat dalam menentukan moda transportasi (Y) sebesar 27,1%, sisanya sebesar 72,9% dipengaruhi oleh variabel lain. Variabel X dan Y memiliki pengaruh signifikan terhadap pendapatan *driver ojek online* (Z), sedangkan *coefficients (R Square)* sebesar 0,334 atau 33,4%, artinya pengaruh moda transportasi berbasis aplikasi melalui pilihan masyarakat dalam menentukan moda transportasi terhadap pendapatan *driver ojek online* sebesar 33,4%, sisanya sebesar 66,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian. Pentingnya *upgrade* teknologi supaya aplikasi ojek online semakin meningkatkan kinerja *driver*, meningkatkan kepuasan konsumen serta moda transportasi ini selalu menjadi pilihan masyarakat.

Kata kunci: Moda Transportasi, Pilihan Masyarakat, Pendapatan *Driver*

**ABSTRACT**

Changes in technology are very fast, ultimately making public transport business competition tougher and demanding the creativity of business actors. The presence of an application-based transportation mode has finally become the community's choice and shifts conventional transportation service providers. With a variety of conveniences including costs that are already known at the beginning of the order, making people feel comfortable with the services provided, then provides options for the public in using transportation services and provides income changes for online transportation-based motorcycle taxi drivers. This study aims to examine the direct impact of the presence of application-based modes of transportation that can change people's choices to switch from conventional modes of transportation to application-based modes of transportation and to determine the impact of changes in community choices on driver income. This research method uses quantitative methods, namely research methods based on the philosophy of positivism. The sampling technique was carried out randomly from the population. The data was

collected by using a research instrument with a questionnaire distributed to respondents. This research uses path analysis test. Application-based mode of transportation (X) has a significant influence on people's choice in determining the mode of transportation (Y), is 27.1%, the remaining 72.9% is influenced by other variables. Variables X and Y have a significant effect on the income of online motorcycle taxi drivers (Z). While the coefficients (R Square) were 0.334 or 33.4%, this means that the influence of the application-based mode of transportation variable through the choice of the community in determining the mode of transportation on the income of online motorcycle taxi drivers is 33.4%, the remaining 66.6% is influenced by other variables not included in the study. The importance of upgrading technology so that the online motorcycle taxi application will further improve driver performance, increase consumer satisfaction and this mode of transportation is always the people's choice.

Keywords: Mode of Transportation, Civil Preference, Driver's Income

## I. PENDAHULUAN

Kemacetan, pelayanan yang buruk, etika berlalu lintas yang rendah menyebabkan tingkat stres masyarakat di jalan meningkat. Menurut penelitian sebelumnya disebutkan: "Moda transportasi berbasis aplikasi muncul sebagai wujud dari perkembangan teknologi dan reaksi atas kelemahan penyedia jasa transportasi publik (Ernawati, 2018, hal. 38). Teknologi telah membuka peluang atau kemungkinan bagi masyarakat sipil yang tidak memiliki kuasa akan manajemen pelayanan publik untuk mengatasi masalah kepastian sebagai upaya mengatasi risiko pada transportasi publik di Jakarta. Kondisi ini memperlihatkan bahwa aplikasi yang digunakan "ojek online" *Go-Jek* mampu meminimalisir risiko yang terjadi di Jakarta dalam hal waktu, kemudahan, biaya, dan keamanan (Amajida, 2016).

Bisnis jasa saat ini semakin beragam dalam rangka memenuhi kebutuhan hidup masyarakat. Bisnis jasa merupakan salah satu bisnis yang berusaha untuk menciptakan kepuasan konsumen. Salah satu bisnis jasa yang sedang berkembang saat ini yaitu bisnis jasa transportasi roda dua atau sering disebut dengan nama ojek. Salah satu perusahaan transportasi ojek ini adalah Gojek, Gojek merupakan perusahaan penyedia jasa transportasi ojek online yang selalu meningkatkan kualitas layanannya dan harga yang ditawarkan

juga cukup bersaing dengan penyedia jasa transportasi lain (Choirul Marati, 2016).

Kemacetan di kota besar, pelayanan transportasi umum yang buruk dan lemahnya manajemen transportasi umum di kota besar mengakibatkan masyarakat mencari transportasi alternatif. Kelemahan tersebut pada akhirnya memberikan celah bagi pesaing dan mampu menciptakan peluang usaha bagi masyarakat yang memiliki jiwa *entrepreneur* (Sambuaga, 2016). Selain itu, fenomena Ojek Online ini menjawab kekhawatiran masyarakat tentang jaminan keamanan di dalam transportasi umum.

Ojek *online* kini dapat menjawab kekhawatiran masyarakat atau pengguna dengan kelebihan aplikasi yang dimilikinya berbasis data, dimana masyarakat dapat mengetahui identitas drivernya. Dengan kelebihan ini, masyarakat bisa mengetahui siapa yang akan menjadi driver ojek pesannya, lengkap dengan data diri driver bersangkutan (Anindhita, Arisanty, & Rahmawati, 2016). Ojek Online ini dalam konsep aplikasinya sangat mengedepankan faktor keamanan si pengguna. Biasanya di dalam aplikasi sudah tersedia informasi lengkap tentang pengemudi seperti nama, kontak, dan foto pengemudi. Kemudian layanan Ojek ini hanya bisa didapatkan melalui pemesanan via aplikasi GoJek, sehingga

pelanggan dapat memastikan keamanan dan akuntabilitasnya (Mulyani, 2018).

Model bisnis platform saat ini sedang menjadi perhatian, karena dengan cepat menjadi alat baru di dalam strategi bisnis sebagai tempat untuk membentuk ekosistem, sehingga lebih mudah untuk memenuhi dari dua sisi, yaitu permintaan dan pasokan. Di Indonesia model bisnis platform berbasis transportasi online sudah berjalan, bahkan salah satu perusahaan ojek online sudah memiliki aset di atas 1 miliar dolar dan dijuluki perusahaan unicorn. Dari sisi permintaan ojek online dituntut dapat memberikan alternatif solusi terhadap sistem transportasi yang ada, yang pada gilirannya adalah memberikan tingkat kepuasan kepada pelanggan ojek online (Nizar, 2019).

Pada era digital seperti saat ini, banyak membuka peluang bisnis baru dalam berbagai bidang, bahkan jenis usaha yang belum ada sebelumnya yaitu PT. Go-jek Indonesia, merupakan salah satu jenis usaha yang belum ada sebelumnya. Berawal dari sang pendiri, Nadiem Makarim yang setiap harinya menggunakan jasa ojek untuk transportasi ke kantor. Dengan kebiasaannya tersebut, Nadiem memiliki ide untuk membuka usaha yang lain dari biasanya. Dengan cara menggabungkan jasa ojek dengan sistem pemesanan.

Bagi generasi muda yang memiliki kemampuan dalam bidang teknologi informasi, kelemahan manajemen transportasi saat ini sebagai sesuatu yang positif untuk menciptakan *industry start up* transportasi berbasis aplikasi Android seperti *Gojek dan Grab*. Gojek adalah satu *pioneer* moda transportasi berbasis aplikasi yang diciptakan oleh anak muda Indonesia yang saat ini sudah menjadi *UNICORN* dan memiliki kurang lebih 600.000 mitra *driver* (Gojek, 2020).

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, pentingnya moda transportasi berbasis aplikasi menjadi pilihan penggunaannya atau masyarakat informasi.

Di sisi lain, pilihan tersebut yang diambil masyarakat sehingga akan dampak kepada *driver* itu sendiri dalam rangka peningkatan pendapatannya khususnya Ojek *Online*. Tujuan penelitian ini mengkaji dampak secara langsung kehadiran moda transportasi berbasis aplikasi mampu mengubah pilihan masyarakat beralih dari moda transportasi konvensional ke moda transportasi berbasis aplikasi dan untuk mengetahui dampak dari perubahan pilihan masyarakat terhadap pendapatan *driver*.

Novelty dari penelitian ini adalah sekecil apapun inovasi dan perubahan serta fokus dalam menjalankan usaha, maka akan menciptakan pasar baru.

#### **A. Moda Transportasi dan Ojek *Online* (Gojek)**

Transportasi secara definisi dapat dinyatakan suatu proses perpindahan dari suatu satu tempat ke tempat lainnya yang dioperasikan manusia dengan bantuan satu alat atau sejenisnya (mesin, manusia atau hewan) (Pandesolang, 2014, hal. 19). Moda transportasi dapat dipahami sebagai konstruk alat transportasi yang beroperasi di wilayah baik darat, laut maupun udara (Fatimah, 2019). GOJEK merupakan salah satu moda transportasi yang beroperasi di darat.

GOJEK yaitu sebuah transportasi roda dua di sektor informal yang beroperasi di tahun 2010 dengan konsep *social community* menggunakan teknologi informasi dalam membuka lapangan kerja bagi kesejahteraan para *driver* (Septanto, 2016). Keberadaan Ojek sebelum GOJEK semata-mata hanya karena azas kepercayaan dan saling membutuhkan antara penumpang sebagai pengguna dan pengemudi penyedia jasa Ojek dan aplikasi yang digunakan “ojek online” Go-Jek mampu meminimalisir risiko yang terjadi di Jakarta dalam hal waktu, kemudahan, biaya, dan keamanan.

Beberapa transaksi yang di tawarkan oleh Go-Jek yang

menguntungkan pihak pengguna aplikasi yang mana pengguna tidak disibukkan dan di repotkan untuk pergi ke suatu tempat dalam suatu pesanan produk; Go-Jek juga menawarkan banyak jenis transaksi bisnis pengiriman *go-food*, *go-box*, *go-massage*, *go-clean*, *go-send*, *go-pulsa*, *go-shop*, *go-mart*, *go-tix*, *go-glam*, *go-auto*, dan *go-med*.

### **B. Pilihan Masyarakat dalam Menentukan Moda Transportasi**

Masyarakat kini dihadapkan pada beberapa pilihan ojek online dengan penawaran yang menarik dalam mendukung aktivitasnya. Persaingan ojek *online* yang semakin marak menyebabkan kualitas pelayanan terbaik menjadi salah satu faktor pembentuk loyalitas. Pelanggan *Grab Bike* yang menilai kualitas pelayanan perusahaan *Grab* memuaskan memiliki kualitas lebih tinggi.

Pilihan masyarakat dalam menentukan moda transportasi tidak terlepas dari pelayanan prima yang dihasilkan dari perusahaan atau organisasi jasa. Kualitas suatu jasa atau produk dapat diperoleh melalui pengukuran atas kepuasan pelanggannya yang ditunjukkan melalui variabel harapan dan kinerja yang dirasakan pelanggan atau *perceived performance* (Parasuraman 1998). Jasa merupakan aktivitas ekonomi yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang akan membawa hasil. Pelayanan dan kepuasan pelanggan adalah kunci dari kegiatan usaha yang dijalankan, dengan memuaskan konsumen perusahaan akan mampu bersaing dengan pengusaha lain bahkan akan mampu mempertahankan eksistensinya. Konsumen yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali di kemudian hari.

### **C. Pendapatan *Driver* Ojek *Online***

Pendapatan *driver* ojek *online* dapat

dikatakan sebagai pendapatan yang diperoleh dan bersifat individu. Pendapatan perseorangan (*personal income*) yaitu jumlah pendapatan yang diterima oleh setiap penduduk dalam masyarakat termasuk pendapatan yang didapatkan tanpa memberikan suatu kegiatan yang lainnya (Yoshanda, 2020). Berdasarkan rilis laporan LD FEB Universitas Indonesia di tahun 2018, terkait penghasilan *driver* perusahaan Gojek diaman rata-rata pendapatan *driver* secara umum telah melampaui besaran Upah Minimum Kabupaten/Kota (UMK) yaitu Rp3,8 juta per bulannya (Annur, 2019).

Besarnya pendapatan yang diterima *driver* ojek *online* tidak terlepas dari tingginya kinerja yang dihasilkan oleh *driver* itu sendiri sebagai mitra PT. Go-jek Indonesia. Istilah kinerja berasal dari kata *actual performance / job performance* (prestasi kerja yang dicapai oleh seseorang). Konsep ini merupakan hasil kerja secara kongkrit yang dapat diamati serta diukur sesuai tanggungjawabnya (Mangkunegara, 2017, hal. 129).

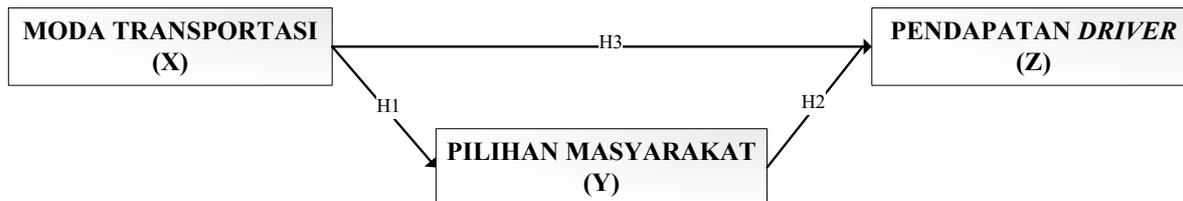
Hasil kerja juga tentunya tidak terlepas dari peranan tenaga kerja itu sendiri dalam bentuk produktivitas, hal ini dapat dipenuhi dengan cara seperti pemberian *reward* bagi karyawan yang berprestasi dan memiliki kinerja yang baik (Sugiyarto, 2016). Konsep ini secara konkrit yang diterapkan pada PT Go-Jek Indonesia adalah sistem poin yang tentunya sudah tidak asing lagi untuk mendorong agar *Driver* dapat bekerja keras untuk menjadi *orderan*, jika semakin banyak point yang diperoleh tentunya secara otomatis akan berdampak pada besarnya pendapatan *Driver* Gojek itu sendiri.

Beberapa hasil temuan terdahulu yang melatarbelakangi penelitian ini mengenai transportasi ojek *online* diantaranya: (1) Kreativitas digital dalam masyarakat risiko perkotaan pada ojek *online* "GO-JEK"

di Jakarta yang melibatkan informan 4 (empat) orang yaitu tiga orang mahasiswa dan satu orang ibu rumah tangga dengan pendekatan kuantitatif. Temuan penelitian menyatakan bahwa aplikasi *Go-Jek* mampu mengurangi risiko masyarakat perkotaan di Jakarta dalam konteks kemudahan, waktu dan biaya (Amajida, 2016). (2) Analisis penerapan teknologi komunikasi tepat guna pada Bisnis Gojek dan Grab Bike menggunakan teori Difusi Inovasi dan pendekatan penelitian kualitatif. Temuan penelitian menyatakan bahwa konsistensi ojek *Online* dalam penerapan teknologi komunikasi tepat guna ini menjawab masalah sosial dan kekhawatiran masyarakat akan transportasi umum terutama di wilayah ibukota (Anindhita, Arisanty, & Rahmawati, 2016) (3) Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi ojek *online* yang dipengaruhi oleh kualitas layanan dan harga yang melibatkan 96 konsumen Go-jek di Surabaya dengan teknik *accidental sampling*. Temuan penelitian menyatakan bahwa kualitas layanan dan harga masing-masing dan secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Choirul Marati, 2016). (4) Penggunaan dan penerimaan teknologi aplikasi ojek *online* dengan model UTAUT dengan melibatkan 150 responden pengguna ojek *online* pada tahun 2017. Temuan penelitian menyimpulkan bahwa ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha dan faktor sosial serta kondisi yang memfasilitasi mempunyai pengaruh positif terhadap minat pemanfaatan aplikasi ojek *online* (Mulyani, 2018). (5) Loyalitas pelanggan Go-Jek di Stasiun Depok Jawa Barat yang melibatkan 100 konsumen Go-jek di Surabaya dengan teknik *non-probability sampling*. Temuan penelitian menyimpulkan bahwa kedua faktor pembentuk loyalitas pelanggan tidak berpengaruh secara simultan yaitu citra merek dan promosi.

(Haryantini, 2019). (6) Analisa PESTEL terhadap Penetrasi Gojek di Indonesia dengan pendekatan kualitatif melalui, wawancara, literatur reviu dan obeservasi. Temuan penelitian mendeskripsikan bahwa kesuksesan GOJEK di Indonesia tidak luput dari dukungan masyarakat Indonesia sebagai penyedia jasa dan pelanggan serta Pemerintah Indonesia sebagai perusahaan *startup* moda transportasi di Indonesia dengan membangun hubungan kerja bersama UMKM dan para generasi milenial (Paramadita, Umar, & Kurniawan, 2020).

Beberapa temuan penelitian yang diuraikan di atas, ojek *online* merupakan alternatif moda transportasi darat yang mampu memecahkan masalah masyarakat perkotaan seperti adanya kemudahan, fleksibilitas waktu, biaya yang terjangkau serta aspek keamanan penumpang. Untuk mengidentifikasi dan menjawab masalah penelitian diperlukan suatu paradigma penelitian yang diturunkan ke dalam suatu model. Model itu sendiri dapat didefinisikan sebagai konstruksi melalui parameter spesifik yang diukur baik dalam struktur, bentuk, isi, jumlah dan makna dengan batasan tertentu (Husain T. , 2019). Faktor kualitas pelayanan dan harga merupakan faktor yang melatarbelakangi pengguna dalam menentukan pilihan atas produk dan jasa berdasarkan kepuasan dan loyalitas pelanggannya. Sementara dalam konteks penetrasi pasar di Indonesia yang membuktikan bahwa PT. Go-jek Indonesia merupakan perusahaan *startup* pertama yang mampu membangun hubungan kerja bersama UMKM (sebagai mitra) khususnya bagi para *driver* dalam rangka penyediaan peluang atas lapangan kerja dan menciptakan pendapatan personal bagi *driver* ojek *online*. Model untuk menjawab tujuan penelitian dirumuskan sebagai berikut:



Gambar 1. Model Penelitian

Keterangan:

- X = Variabel independen Moda Transportasi
- Y = Variabel intervening Pilihan Masyarakat
- Z = Variabel dependen Pendapatan *Driver*

**D. Hipotesis**

Hipotesis penelitian ini yaitu:

- H1. Terdapat pengaruh yang signifikan Moda Transportasi (X) dan Pilihan Masyarakat (Y).
- H2. Terdapat pengaruh yang signifikan Pilihan Masyarakat (Y) dan Pendapatan *Driver* (Z).
- H3. Terdapat pengaruh yang signifikan Moda Transportasi (X) dan Pendapatan *Driver* (Z).

**II. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu metode penelitian yang berlandaskan filsafat positivisme. Teknik pengambilan sampel dilakukan secara acak dari populasi, yaitu masyarakat pengguna transportasi *online*. Sedangkan pengumpulan data dilakukan dengan cara memanfaatkan instrumen penelitian dengan kuesioner yang disebar kepada responden. Jawaban responden dibuat tabulasi data.

Adapun operasional variabel pada penelitian sebagai berikut:

Tabel 1. Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel / Indikator	Skala
1 Moda transportasi berbasis aplikasi sebagai <i>independent variable (X)</i> : a. Masyarakat senang dengan kehadiran ojek online b. Aplikasi ojek online mudah digunakan c. Pada saat dibutuhkan ojek online mudah dipesan d. Pelayanan ojek online lebih baik dibandingkan ojek pangkalan	Likert
2 Pilihan masyarakat dalam menentukan moda transportasi sebagai <i>intervening variable (Y)</i> : a. Kehadiran ojek online mempermudah masyarakat menentukan pilihan moda transportasi b. Kemudahan memesan membuat masyarakat memilih ojek online c. Harga diketahui pada awal pemesanan d. Jenis layanan yang diberikan variatif	Likert
3 Pendapatan <i>driver</i> ojek online sebagai variabel <i>dependent variable (Z)</i> : a. Jam kerja fleksibel b. Pendapatan diatur sendiri oleh <i>driver</i>	Likert

Sumber: Diolah Peneliti (2019)

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data dengan analisis jalur (*path analysis*), yang diawali dengan uji validitas dan reliabilitas data terlebih dahulu. Uji validitas dilakukan dengan rumus koefisien *product moment* yang mensyaratkan koefisien  $r_{hitung}$  harus lebih besar dari  $r_{tabel}$  yang hasilnya instrumen dapat dinyatakan sah atau valid. Uji reliabilitas dilakukan dengan ketentuan skor *coefficient alpha cronbach's*

yang dihasilkan dari pengolahan data mensyaratkan minimal 0,6, hasilnya instrumen dapat dinyatakan reliabel (Sugiyono, 2018). Persamaan regresi dirumuskan sebagai berikut: (1)  $Y = a + b_1X$ ; dan (2)  $Z = a + b_2X + b_3Y$ . Uji hipotesis melalui analisis jalur koefisien korelasi, koefisien determinasi ( $R^2$ ) serta koefisien regresi (uji-t) dengan ketentuan  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima jika  $t_{hitung} >$

$t_{tabel}$  (uji parsial) dan  $F_{hitung} > F_{tabel}$  (uji simultan) atau sebaliknya serta dengan melihat nilai probabilitas signifikansi jika lebih besar dari 0,05 maka  $H_0$  diterima ( $H_a$  ditolak) atau sebaliknya.

**III. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Sebagai kota penyangga ibukota Jakarta, membuat Tangerang Selatan banyak menjadi pilihan pendatang sebagai tempat tinggal. Semakin banyaknya masyarakat urban yang tinggal di Tangerang Selatan, membuat jalanan di Kota Tangerang Selatan khususnya pada jam kantor dan jam berangkat anak sekolah sangat padat. Perbandingan antar pertumbuhan jalan dan kendaraan sudah tidak seimbang, akhirnya terjadi

kemacetan luar biasa pada jam sibuk tersebut. Belum tumbuhnya kesadaran warga untuk menggunakan transportasi umum juga mendukung terjadinya kemacetan lalu lintas. Tangerang Selatan harus membuat konsep jangka panjang terkait transportasi umum yang nyaman dan aman serta terintegrasi dengan stasiun kereta api dan tempat perbelanjaan modern, agar masyarakat mau beralih ke transportasi umum.

**A. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas**

Hasil uji validitas data penelitian berdasarkan Output SPSS yaitu:

Tabel 2. Output SPSS: *Pearson Correlation's* Variabel Moda Transportasi (X)

		X1	X2	X3	X4	Jumlah
X1	Pearson Correlation	1	.478**	.529**	.501**	.832**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X2	Pearson Correlation	.478**	1	.421**	.490**	.778**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X3	Pearson Correlation	.529**	.421**	1	.256*	.708**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.010	.000
	N	100	100	100	100	100
X4	Pearson Correlation	.501**	.490**	.256*	1	.737**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.010		.000
	N	100	100	100	100	100
Jumlah	Pearson Correlation	.832**	.778**	.708**	.737**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Sumber: Diolah Peneliti (2020)

Berdasarkan hasil  $r_{hitung}$  diperoleh dapat dijelaskan bahwa pernyataan X1 sebesar 0,832, X2 sebesar 0,778, X3 sebesar 0,708 dan X4 sebesar 0,737, artinya pernyataan X1

hingga X4 pada variabel Moda Transportasi berbasis Aplikasi (X) adalah sah atau valid, karena masing-masing pernyataan memiliki nilai  $r_{hitung}$  yang lebih besar  $r_{tabel} = 1,985$  (df:3).

Tabel 3. Output SPSS: *Pearson Correlation's* Variabel Pilihan Masyarakat (Y)

		X1	X2	X3	X4	Jumlah
Y1	Pearson Correlation	1	.549**	.583**	.422**	.810**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100

Y2	Pearson Correlation	.549**	1	.539**	.615**	.827**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Y3	Pearson Correlation	.583**	.539**	1	.511**	.821**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Y4	Pearson Correlation	.422**	.615**	.511**	1	.771**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
Jumlah	Pearson Correlation	.810**	.827**	.821**	.771**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Sumber: Diolah Peneliti (2020)

Berdasarkan hasil  $r_{hitung}$  diperoleh dapat dijelaskan bahwa pernyataan Y1 sebesar 0,810, Y2 sebesar 0,827, Y3 sebesar 0,821 dan Y4 sebesar 0,771, artinya pernyataan Y1 hingga Y4 pada variabel Pilihan

Masyarakat terhadap Moda Transportasi (Y) adalah sah atau valid, karena masing-masing pernyataan memiliki nilai  $r_{hitung}$  yang lebih besar  $r_{tabel} = 1,985$  (df:3).

Tabel 4. Output SPSS: *Pearson Correlation's* Variabel Pendapatan Driver (Z)

		Z1	Z2	Z3	Z4	Jumlah
Z1	Pearson Correlation	1	.793**	.628**	.602**	.891**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Z2	Pearson Correlation	.793**	1	.679**	.623**	.899**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Z3	Pearson Correlation	.628**	.679**	1	.693**	.853**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Z4	Pearson Correlation	.602**	.623**	.693**	1	.823**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
Jumlah	Pearson Correlation	.891**	.899**	.853**	.823**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Sumber: Diolah Peneliti (2020)

Berdasarkan hasil  $r_{hitung}$  diperoleh dapat dijelaskan bahwa pernyataan Z1 sebesar 0,891, Z2 sebesar 0,899, Z3 sebesar 0,853 dan Z4 sebesar 0,823, artinya pernyataan Z1 hingga Z4 pada variabel Pendapatan *Driver Ojek Online* (Z) adalah sah atau

valid, karena masing-masing pernyataan memiliki nilai  $r_{hitung}$  yang lebih besar  $r_{tabel} = 1,985$  (df:3).

Hasil uji reliabilitas data pada penelitian berdasarkan Output SPSS yaitu:

Tabel 5. Output SPSS: *Cronbach's Alpha* Variabel Moda Transportasi (X)  
**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.764	4

Sumber: Diolah Peneliti (2020)

Berdasarkan hasil nilai *Cronbach Apha* sebesar 0,764, artinya instrumen yang dibentuk pada variabel Moda Transportasi (X) berbasis

Aplikasi (X) dinyatakan konsisten atau *reliable*, karena telah memenuhi persyaratan minimal yaitu 0,6.

Tabel 6. Output SPSS: *Cronbach's Alpha* Variabel Pilihan Masyarakat (Y)

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.820	4

Sumber: Diolah Peneliti (2020)

Berdasarkan hasil nilai *Cronbach Apha* sebesar 0,820, artinya instrumen yang dibentuk pada variabel Pilihan Masyarakat terhadap Moda

Transportasi (Y) dinyatakan konsisten atau *reliable*, karena telah memenuhi persyaratan minimal yaitu 0,6.

Tabel 7. Output SPSS: *Cronbach's Alpha* Variabel Pilihan Masyarakat (Y)

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.886	4

Sumber: Diolah Peneliti (2020)

Berdasarkan hasil nilai *Cronbach Apha* sebesar 0,886, artinya instrumen yang dibentuk pada variabel Pendapatan Driver Ojek Online (Z) dinyatakan konsisten atau *reliable*, karena telah memenuhi persyaratan minimal yaitu

0,6.

**B. Hasil Uji Hipotesis**

Hasil Uji analisis jalur untuk menjawab persamaan model regresi berdasarkan Output SPSS yaitu:

Tabel 8. Output SPSS: Koefisien Determinasi (R-Square) Analisis Jalur 1

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.520 <sup>a</sup>	.271	.263	1.146

a. Predictors: (Constant), Moda Transportasi (X)

Sumber: Diolah Peneliti (2020)

Tabel 9. Output SPSS: Koefisien Analisis Jalur 1

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	11.315	1.080		10.477	.000
Moda Transportasi (X)	.382	.063	.520	6.029	.000

a. Dependent Variable: Pilihan Masyarakat (Y)

Sumber: Diolah Peneliti (2020)

Berdasarkan hasil nilai *coefficients* di atas dapat diketahui Variabel X memiliki probabilitas signifikansi sebesar 0,000, dimana lebih kecil dari 0,05, artinya hasil uji analisis jalur pada model regresi 1 menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan atas Moda Transportasi berbasis Aplikasi (X) terhadap Pilihan Masyarakat dalam Menentukan Moda Transportasi (Y).

Besarnya korelasi dapat dilihat pada Tabel 8: model *summary* pada kolom *R-Square* yang menghasilkan skor sebesar 0,271 artinya ada kontribusi pengaruh X terhadap Y sebesar 27,1 persen sedangkan sisanya sebesar 72,9 persen dipengaruhi oleh variabel lain-lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian, sedangkan untuk  $e1$  dapat dicari dengan rumus  $e1 = \sqrt{(1 - 0,271)}$  yaitu sebesar 0,854.

Tabel 10. Output SPSS: Koefisien Determinasi (*R-Square*) Analisis Jalur 2

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.578 <sup>a</sup>	.334	.320	1.254

a. Predictors: (Constant), Pilihan Masyarakat (Y), Moda Transportasi (X)

Sumber: Diolah Peneliti (2020)

Tabel 11. Output SPSS: Koefisien Model Analisis Jalur 2  
Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	6.404	1.713		3.739	.000
Moda Transportasi (X)	.218	.083	.262	2.644	.010
Pilihan Masyarakat (Y)	.447	.113	.392	3.958	.000

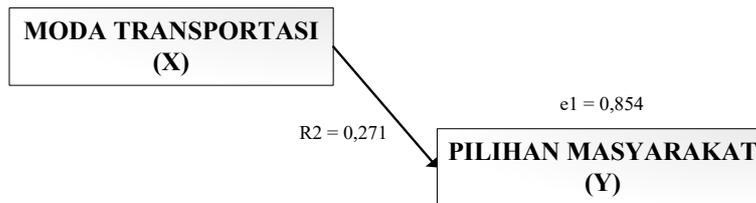
a. Dependent Variable: Pendapatan Driver (Z)

Sumber: Diolah Peneliti (2020)

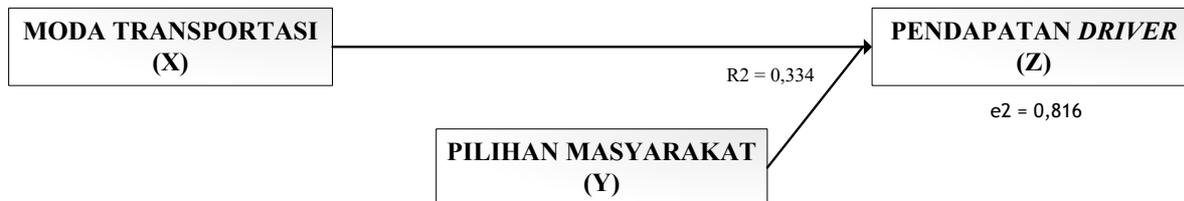
Berdasarkan hasil nilai *coefficients* di atas dapat diketahui Variabel Y memiliki probabilitas signifikansi sebesar 0,000, dimana lebih kecil dari 0,05, artinya hasil uji analisis jalur pada model regresi 2 menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan atas Pilihan Masyarakat dalam Menentukan Moda Transportasi (Y) terhadap Pendapatan Driver Ojek Online (Z). Hasil nilai *coefficients* di atas dapat diketahui Variabel X memiliki probabilitas signifikansi sebesar 0,010, dimana lebih kecil dari 0,05, artinya hasil uji analisis jalur pada model regresi 2 menunjukkan terdapat

pengaruh yang signifikan atas Moda Transportasi berbasis Aplikasi (X) terhadap Pendapatan Driver Ojek Online (Z).

Besarnya korelasi dapat dilihat pada Tabel 10: model *summary* pada kolom *R-Square* yang menghasilkan skor sebesar 0,334 artinya ada kontribusi pengaruh X dan Y terhadap Z sebesar 33,4 persen sedangkan sisanya sebesar 66,6 persen dipengaruhi oleh variabel lain-lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian, sedangkan untuk  $e2$  dapat dicari dengan rumus  $e2 = \sqrt{(1 - 0,334)}$  yaitu sebesar 0,816.



Gambar 2. Diagram Jalur Model Regresi 1



Gambar 3. Diagram Jalur Model Regresi 2

### C. Pembahasan

Hipotesis alternatif pertama ( $H_1$ ) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan Moda Transportasi (X) atas Pilihan Masyarakat (Y) dapat diterima, hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien regresi diperoleh sebesar 0,382 dan  $t_{hitung}$  sebesar 6,029. Temuan penelitian mengkonfirmasi pentingnya kepuasan pelanggan jasa transportasi ojek *online* yang didominasi oleh kualitas layanan dan harga dengan besaran pengaruh sebesar 21,5 persen (Choirul Marati, 2016) sehingga mampu membentuk pilihan masyarakat yang didasari oleh konsistensi Go-Jek dalam penerapan teknologi komunikasi yang tepat guna dan mampu menjawab masalah sosial dan kekhawatiran masyarakat (Anindhita, Arisanty, & Rahmawati, 2016). Besarnya nilai koefisien determinasi sebesar 0,271 pada konsumen Go-Jek di wilayah Tangerang Selatan cukup menjadi solusi dan meminimalisir risiko yang terjadi di wilayah ini, khususnya pada jam kantor dan jam berangkat anak sekolah sangat padat.

Hipotesis alternatif kedua dan ketiga ( $H_2:H_3$ ) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan Moda Transportasi (X) dan Pilihan Masyarakat (Y) atas Pendapatan *Driver* (Z) dapat diterima, hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien regresi masing-masing diperoleh sebesar 0,010 dan 0,00 serta  $t_{hitung}$  masing-

masing sebesar 2,644 dan 3,958. Temuan penelitian mengkonfirmasi pentingnya mode transportasi berbasis aplikasi dalam menentukan pilihan masyarakat dan juga dampaknya pada pendapatan *driver* sebesar 39,2 persen yang sejalan dengan penerimaan dan penggunaan aplikasi ojek *online* pada masyarakat di Kabupaten Garut (Mulyani, 2018) sementara bertolak belakang dengan tidak signifikannya faktor citra merek dan promosi dalam membentuk loyalitas pelanggan atas konsumen Go-Jek di Stasiun Depok Jawa Barat (Haryantini, 2019), dimana pada akhirnya akan menentukan pilihan masyarakat. Pentingnya moda transportasi berbasis aplikasi terhadap pilihan masyarakat mendorong para masyarakat untuk bermitra dengan PT. Go-jek Indonesia sebagai *driver* dalam menyediakan layanan moda transportasi. Dengan temuan signifikan atas hasil penelitian ini dukungan masyarakat atas memilih ojek *online* (moda transportasi) roda dua ini akan membentuk pilihan masyarakat melalui kepuasan konsumen atau pelanggan dan secara tidak langsung juga akan meningkatkan pendapatan *driver* ojek *online*.

## IV. KESIMPULAN DAN SARAN

### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat disimpulkan penelitian yaitu Moda Transportasi berbasis online memiliki pengaruh yang signifikan atas Pilihan Masyarakat dalam menentukan Moda Transportasi dengan pengaruh sebesar 27,1 persen dan Moda Transportasi berbasis online memiliki pengaruh yang signifikan atas Pilihan Masyarakat dalam menentukan Moda Transportasi serta berdampak pada Pendapatan *Driver* Ojek Online pengaruh sebesar 34,4 persen.

#### **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan, maka beberapa saran penting diantaranya:

1. Bagi perusahaan penyedia layanan ojek online agar selalu meng-*update* dan meng-*upgrade* teknologi supaya aplikasi ojek online semakin meningkatkan kinerja *driver*, meningkatkan kepuasan konsumen dan keamanan serta terjaminnya kenyamanan konsumen.
2. Bagi konsumen pengguna layanan aplikasi ojek online supaya lebih cerdas dalam memilih layanan aplikasi ojek online yang terbaik sehingga tingkat kepuasan dirinya sebagai konsumen meningkat.
3. Bagi *driver* ojek online harus terus meningkatkan pelayanan kepada konsumen sehingga dapat membentuk dan meningkatkan *image* serta kepercayaan masyarakat terhadap eksistensi ojek online yang pada akhirnya berdampak meningkatnya pendapatan *driver* ojek online.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

Amajida, F. D. (2016). Kreativitas Digital dalam Masyarakat Risiko Perkotaan:

Studi tentang Ojek Online “GO-JEK” di Jakarta. *INFORM*, 46(1), 115-128.

Anindhita, W., Arisanty, M., & Rahmawati, D. (2016). Analisis Penerapan Teknologi Komunikasi Tepat Guna pada Bisnis Transportasi Ojek Online (Studi pada Bisnis Gojek dan Grab Bike dalam Penggunaan Teknologi Komunikasi Tepat Guna untuk Mengembangkan Bisnis Transportasi). *Prosiding Seminar Nasional INDOCOMPAC* (pp. 712-729). Jakarta: Universitas Bakrie.

Annur, C. M. (2019, Maret 22). *Rata-rata Penghasilan Mitra Gojek Lebih Upah Minimum, Ada yang Belum*. Retrieved Juni 6, 2020, from Katadata:

<https://katadata.co.id/pingitfajrin/digital/5e9a551417abd/rata-rata-penghasilan-mitra-gojek-lebih-upah-minimum-ada-yang-belum>

Choirul Marati, N. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Ojek Online (Studi pada Konsumen Gojek di Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 4(3).

Ernawati. (2018). *Hubungan antara Kepuasan Kerja dengan SUBJECTIVE Well-Being (SWB) pada Pengemudi Ojek Online di Kota Semarang*. Fakultas Ilmu Pendidikan. Universitas Negeri Semarang.

Fatimah, S. (2019). *Pengantar Transportasi*. Ponorogo: Myria Publisher.

Gojek. (2020). *Semangat baru Gojek*. Retrieved Juni 6, 2020, from Tentang Kami: <https://www.gojek.com/about/>

Haryantini. (2019). Pengaruh Citra Merek dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Go-Jek di Stasiun Depok Jawa Barat. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(1), 45-53.

Husain, T. (2019). An Analysis of

- Modeling Audit Quality Measurement Based on Decision Support Systems (DSS). *European Journal of Scientific Exploration*, 2(6), 1-9.
- Mangkunegara, A. A. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mulyani, A. (2018). Analisis Penerimaan dan Penggunaan Teknologi Aplikasi Ojek Online Menggunakan Unified Theory of Acceptance and Use Technology. *Jurnal Algoritma*, 15(12), 61-66.
- Nizar, N. I. (2019). Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan terhadap Model Bisnis Platform Ojek Online. *Jurnal Mandiri: Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi*, 3(1).
- Pandesolang, Y. C. (2014). *Landasan Konseptual Perencanaan dan Perancangan Pengembangan Stasiun Kereta Api Tanjung Karang di Lampung*. Fakultas Teknik. Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Paramadita, S., Umar, A., & Kurniawan, Y. J. (2020). Analisa PESTEL terhadap Penetrasi Gojek di Indonesia. *Jurnal Pengabdian dan Kewirausahaan*, 4(1), 37-49.
- Parasuraman, A. Z. (1998). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale For Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64(Spring).
- Sambuaga, R. R. (2016). Manajemen Penanggulangan Kemacetan Transportasi Publik Di Dinas Perhubungan Kota Manado. 1(24).
- Septanto, H. (2016). Ekonomi Kreatif dan Inovatif Berbasis TIK ala Gojek dan Grabbike. *Bina Insani ICT Journal*, 3(1), 213-219.
- Sugiyarto. (2016). Analisis Pengaruh Produktivitas Tenaga Kerja terhadap Penjualan PT 3M Indonesia. *Jurnal Sekretari Universitas Pamulang*, 3(2).
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Evaluasi: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Yoshanda, A. A. (2020). *Pendapatan Nasional*. Surabaya: FT Universitas Muhammadiyah Sidoarjo.