

ANALISIS PERMINTAAN TRANSPORTASI GOJEK ONLINE DI KOTA MANADO

Vaula Rhesy Modompit¹, Joseph Bintang Kalangi², Jacline I. Sumual³.

Jurusan Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Universitas Sam Ruratalangi, Manado 95115, Indonesia

Email: vaulamokodompit061@student.unsrat.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Permintaan Transportasi Online Terhadap Harga Angkutan dan Pendapatan Konsumen di Kota Manado. Alat yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Regresi Berganda. Penelitian ini menggunakan metode sampel acak sederhana (*purposive random sampling*) yang artinya peneliti memilih Responden yang menjadi objek dalam peneliti sebanyak 40 Responden, ke 40 Responden ini dipilih di 4 kecamatan di kota manado yaitu (1) Kecamatan Malalayang; (2) Kecamatan Mapanget; (3) Kecamatan Singkil; (4) Dan Kecamatan Tikala. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Harga dan Pendapatan memiliki Pengaruh dan signifikan terhadap Permintaan Transportasi Online (GOJEK) di Kota Manado.

Kata Kunci : Harga Angkutan, Pendapatan Konsumen, Transportasi Online.

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of online transportation demand on freight prices and consumer income in the city of Manado. The tool used in this research is Multiple Regression Analysis. This study uses a simple random sampling method (purposive random sampling), which means the researcher chooses 40 respondents as respondents in the object of the research, of which 40 respondents are selected in 4 sub-districts in the city of Manado, namely (1) Malalayang District; (2) Mapanget District; (3) Singkil District; (4) And Tikala District. The results of this study indicate that the Price and Income variable has an influence and is significant on Online Transportation Demand (GOJEK) in Manado City.

Keywords: *Transportation Prices, Consumer Revenues, Online Transportation.*

1. PENDAHULUAN

Latar belakang

Di Indonesia sendiri saat ini sarana dan prasarana transportasi terus berbenah dan semakin baik dari pada tahun-tahun yang lalu walau masih ada juga daerah-daerah tertentu yang memerlukan perbaikan jalan, setidaknya akses transportasi lain bisa menjangkau untuk sampai ke tempat daerah tersebut dan difasilitasi oleh pemerintah pusat maupun pemerintah daerah. Di Indonesia transportasi masih di bagi dua kategori, transportasi untuk umum atau masal dan transportasi pribadi, transportasi umum atau masal di Indonesia adalah Kereta Api, Bus, Kapal laut dan Pesawat terbang Komersial. Sedangkan transportasi pribadi di Indonesia adalah taxi atau mobil, ojek, motor, sepeda, becak, gocar, banyak sekali transportasi pilihan yang di gunakan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dan mempermudah aktifitas yang dilakukan masyarakat setiap hari dan setiap saat diperlakukan. Banyaknya model transportasi juga tidak lepas dari banyaknya jumlah penduduk di Indonesia yang setiap tahunnya bertambah angka kelahirannya dibandingkan dengan angka kematian. Sehingga banyak sekali ide-ide baru untuk mempermudah sarana dan prasarana sehari-hari agar lebih tertata rapi, cepat dan lebih muda.

Teknologi mempunyai peran yang sangat penting untuk menunjang kemudahan melakukan berbagai kegiatannya. Sudah banyak teknologi yang diciptakan oleh masyarakat untuk mewujudkan kemudahan tersebut salah satunya melalui internet, saat ini internet juga menjadi salah satu perangkat yang diikut sertakan dalam perkembangan transportasi, transportasi dipadukan dengan kemajuan teknologi, yang membuat transportasi terintegritas dengan internet, banyak sekali transportasi darat, dapat di akses hanya dengan salah satu aplikasi yang mengandalkan koneksi internet dan sudah bisa memesan transportasi apa yang ingin digunakan, tidak bisa dipungkiri kemajuan internet di Indonesia semakin maju sehingga banyak sekali aplikasi-aplikasi yang menggunakan jaringan internet untuk membantu masyarakat dalam mencari transportasi apa yang diinginkan, mulai dari belanja, pembayaran tagihan, hingga pesan gojek pun bisa dipesan menggunakan aplikasi tanpa harus susah menunggu digang atau mencari dipangkalan ojek, cukup dengan memesan melalui handphone yang kita miliki, karena rata-rata masyarakat Indonesia sudah menggunakan smart phone, jika dulu ojek biasanya berada di pertigaan sekarang sudah berada dimana-mana karena kemajuan teknologi dan kemajuan sumber daya manusia yang bisa dimanfaatkan untuk mempersingkat jarak tempuh. (*Mohamad Eko Wahyudi*).

Selain itu Go-jek pandai menangkap peluang karena disamping menjadi pengantar penumpang Gojek juga memberikan layanan jasa antar barang dalam kota (Go-Send) dan jasa beli dan antar makanan (Go-Food). Dimana saat itu tidak ada layanan jasa kirim barang dan beli makanan cepat. Yang pada menguntungkan konsumen, pembeli took online, dan pemilik cafe dan restaurant, untuk toko online memberikan pengiriman lewat Go-send sehingga

omsetnya bertambah. Untuk pemilik usaha makanan dan minuman tidak perlu repot delivery order karena sudah ada Go-food. Gojek menjadi ojol nomor 1 di Indonesia karena bisa membuat hidup banyak orang menjadi lebih mudah dengan disertai inovasi untuk memanjakan pengguna. Selain itu driver Go-jek kebanyakan puas dengan sistem bagi hasil yang diterapkan. (mangcara 2018).

Penghasilannya mitra pengemudi di atas Rp. 2 jutaan, atau sekitar 77 persen. Tak hanya mengantongi gaji di atas UMP Nasional, menjadi mitra *Go-jek* ternyata juga mendorong pengemudi untuk bisa memanfaatkan layanan perbankan dan juga memiliki asuransi. 48 persen pengemudi mengatakan bisa mengatur waktu kerja, 30 persen punya lebih banyak waktu bersama keluarga, 28 persen bisa menabung.

Kota Manado adalah salah satu kota yang tidak bisa dihindari dari kemacetan dan keramaian, banyak sekali kendaraan yang lalu lalang mulai dari mobil, motor, angkutan umum, sehingga banyak masyarakat yang memilih untuk menggunakan jasa transportasi online “GOJEK” untuk mempersingkat waktu di tengah keramaian kota.

GO-JEK berkontribusi Rp 8,2 triliun per tahun ke dalam perekonomian Indonesia melalui penghasilan Mitra Pengemudi.



Penghasilan Sebelum menjadi Mitra	Nilai Tengah (Ribu Rp)	Sebelum menjadi mitra			Setelah menjadi mitra			Total Pendapatan yang masuk dalam perekonomian per bulan (Ribu Rupiah)		
		Jumlah Responden (Survei)	Proporsi	Jumlah Responden Weighted**	Jumlah Responden (Survei)	Proporsi	Jumlah Responden Weighted**	Total Sebelum	Total Sesudah	Selisih
<1 juta	500	133	4%	27,081	39	1%	7,941	13,540,723.98	3,970,588.24	
1-1,5 juta	1250	302	9%	61,493	203	6%	41,335	76,866,515.84	51,668,552.04	
1,5-2 juta	1,750	707	21%	143,959	296	9%	60,271	251,928,733.03	105,475,113.12	
2-2,5 juta	2,250	982	30%	199,955	475	14%	96,719	449,898,190.05	217,618,778.28	
2,5-3,5 juta	3,000	799	24%	162,692	1148	35%	233,756	488,076,923.08	701,266,968.33	
3,5-6 juta	4,750	213	6%	43,371	1041	31%	211,968	206,012,443.44	1,006,849,547.51	
>6 juta	6,500	51	2%	10,385	113	3%	23,009	67,500,000.00	149,558,823.53	
Tidak Bekerja Sebelumnya	-	128	4%	26,063	0	0	-	-	-	
Total		3315	100%	675,000*	3315	100%	675,000	1,553,823,529.41	2,236,408,371.04	682,584,841.63

Sumber: Lembaga Demografi Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia

CEO Go-Jek Nadiem Makarim menyatakan pendapatan supir atau *driver* Go-Jek sudah melampaui Upah Minimum Regional (UMR) DKI Jakarta, di mana rata-rata pendapatan driver Go-Jek sudah melebihi Rp4 juta per bulan. Perusahaan yang dirintisnya itu sudah mempekerjakan sedikitnya 1,5 juta orang di seluruh pelosok Indonesia. "UMR di Jakarta itu sekitar Rp3 juta. Pendapatan *driver* Go-Jek sekitar Rp4 juta, Rp4,2 juta, sampai Rp4,3 juta. Iturata-rata," Berdasarkan kajian Lembaga Demografi Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia, Go-Jek berkontribusi Rp8,2 triliun per tahun ke dalam perekonomian Indonesia melalui penghasilan mitra pengemudi. Penghasilan mitra pengemudi mengalami peningkatan 44 persen setelah bergabung dengan Go-Jek. Rata-rata penghasilan bulanan juga lebih tinggi dari rata-rata UMK di Sembilan wilayah survei (Denpasar, Bandung, Jabodetabek, Yogyakarta, Makassar, Medan, Palembang, dan Surabaya).

Tarif yang ditawarkan ojek online itu tentu saja sangat menggiurkan jika dibandingkan ojek pangkalan atau ojek konvensional yang rata-rata bisa mematok hingga Rp 20.000 untuk jarak kurang dari 10 kilometer. Belum lagi kenyamanan yang ditawarkan ojek online dengan memberikan helm, masker penutup hidung ataupun rambut.

Selain ojek online, transportasi online lain yang juga menyedot perhatian adalah taksi online. Nama-nama besar yang kini menguasai taksi online antara lain Uber, Grab Taxi, Easy Taxi. Tarif yang dikenakan taksi online ini juga lebih murah dibandingkan taksi konvensional. Uber misalnya, menerapkan tarif buka pintu Rp7.000, Rp500 tiap menit, dan Rp2.850 per kilometer. Tarif minimal untuk layanan Uber sebesar Rp30.000. Bandingkan dengan tarif Blue Bird misalnya, yang menetapkan tarif buka pintu Rp7.000 dan Rp3.600 per kilometer. Tarif minimum Blue Bird Rp 40.000. Selain murah, faktor lain yang membuat masyarakat kepincut transportasi online adalah kemudahan aksesnya. Cukup dengan mengunduh aplikasi di telepon pintar, masyarakat bisa memesan ojek online tersebut. Tidak repot, praktis. Kemudahan inilah yang selalu disanjung-sanjungkan oleh masyarakat, terutama kelas menengah yang jumlahnya semakin besar di Indonesia.

Dengan segala keunggulan tersebut, maka tidak heran jika pengguna transportasi online semakin banyak. Memang belum ada data resmi yang merilis jumlah pengguna transportasi online di Indonesia. Gojek misalnya, meski tak membuka data jumlah pengguna sebenarnya, Chief Executive Officer (CEO) Gojek, Nadiem Makarim mengaku sejak peluncuran aplikasi mobile Gojek pada Januari 2015, order yang diterima perusahaannya telah melonjak sepuluh kali lipat dari biasanya. Laris manisnya ojek online juga dapat dilihat dari unduhan aplikasi di telepon pintar.

Gojek masih mendominasi bisnis transportasi online. Aplikasi Gojek di android sudah diunduh oleh 5 juta pengguna hingga 21 Januari 2016. Di bawah Gojek ada Grabbike yang aplikasinya baru diunduh oleh 10.000 pengguna. Selain dari pengguna, populernya transportasi online juga bisa dilihat dari jumlah pengemudi yang bergabung di masing-masing perusahaan. Jumlah pengemudi yang bergabung dengan Gojek menurut data memiliki 12.000 pengemudi. Namun, menurut pengakuan Nadiem, perusahaannya kini telah memiliki 200.000 pengemudi. Gojek untuk sementara menghentikan rekrutmen pengemudi karena sudah lebih dari cukup. Pesaing terdekatnya, Grab Bike memiliki 3.000 pengemudi. Blue-Jek yang hadir belakangan memiliki 1.000 pengemudi. Sementara LadyJek yang memiliki segmen pasar khusus untuk wanita memiliki 800 pengemudi. Sedangkan alasan konsumen memilih atau menggunakan transportasi online, secara umum beranggapan bahwa transportasi online lebih murah (84,1 persen), dan lebih cepat (81,9 persen).

Tinjauan Pustaka

Teori permintaan

Teori permintaan yaitu pada setiap kegiatan transaksi dalam perekonomian pastinya akan terdapat dua aspek yang saling berhubungan, yaitu permintaan (Demand) dan penawaran (Supply). Harga barang dan kuantitas barang atau jasa yang saling mempengaruhi Permintaan dan penawaran akan saling bertemu dan akan membentuk satu titik pertemuan dalam satuan harga dan kuantitas (jumlah barang). Maliq Muqtadir, 2017. Dalam ilmu ekonomi, istilah permintaan (demand) mempunyai arti tertentu, yaitu selalu menunjuk pada suatu hubungan tertentu antara jumlah suatu barang yang mau dibeli orang dan harga tersebut. Sedangkan definisi permintaan adalah jumlah suatu barang yang mau dan mampu dibeli pada berbagai kemungkinan harga, selama jangka waktu tertentu, dengan anggapan hal-hal lain tetap sama/

Ceteris Paribus (Gilarso, 2001).

Jenis Permintaan

Dilihat dari daya beli konsumen, ada tiga bentuk permintaan, yaitu permintaan efektif, permintaan potensial, dan permintaan absolut.

- Permintaan efektif adalah sejumlah permintaan yang disertai dengan adanya daya beli dan dilaksanakan.
- Permintaan potensial adalah sejumlah permintaan yang di sertai dengan adanya daya beli akan tetapi belum dilaksanakan.
- Permintaan absolut adalah sejumlah permintaan yang tidak disertai dengan adanya daya beli. Permintaan absolut merupakan sebuah angan-angan saja.

Sementara jika ditinjau dari jumlah permintaan, permintaan dapat dibagi menjadi dua yaitu permintaan individu dan permintaan pasar.

- Permintaan individu adalah sejumlah permintaan individu terhadap barang atau jasa
- Permintaan pasar adalah hasil penjumlahan dari permintaan-permintaan individu terhadap barang atau jasa tertentu.

Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi permintaan

Permintaan konsumen terhadap suatu barang atau jasa dipengaruhi oleh beberapa faktor yang secara bersamaan akan menentukan tingkat dan jumlah berbagai barang dan jasa yang diminta oleh setiap individu. Faktor-faktor tersebut antara lain yaitu:

- Harga

Pengertian harga adalah nilai relatif yang dimiliki oleh suatu produk. Nilai tersebut bukanlah indikator pasti yang menunjukkan besarnya sumber daya yang dibutuhkan untuk menghasilkan produk. (Samsul Ramli (2013)

Harga suatu barang merupakan penentu permintaan konsumen, semakin tinggi harga suatu barang, semakin sedikit barang yang diminta konsumen. Sebaliknya, semakin rendah harga suatu barang, maka semakin banyak barang yang diminta konsumen. Hal tersebut sesuai dengan hukum permintaan yang menyatakan bahwa ceteris paribus (keadaan lain tetap sama), maka jumlah barang yang diminta akan berkurang. Sedangkan, jika harga barang turun, maka jumlah barang yang diminta akan bertambah. (Menurut Joko Untoro, 2010)

- Pendapatan

Pendapatan berasal dari kata dasar “dapat”. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, pengertian pendapatan adalah hasil kerja (usaha dan sebagainya). Pengertian pendapatan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia merupakan definisi pendapatan secara umum. Pada perkembangannya, pengertian pendapatan memiliki penafsiran yang berbeda-beda tergantung dari latar belakang disiplin ilmu yang digunakan untuk menyusun konsep pendapatan bagi pihak-pihak tertentu. Setidaknya terdapat dua disiplin ilmu yang memiliki penafsiran tersendiri mengenai pengertian pendapatan. Disiplin ilmu yang pertama adalah Ilmu Ekonomi sedangkan yang kedua adalah disiplin Ilmu Akuntansi. Pengertian pendapatan menurut Ilmu Ekonomi adalah nilai maksimum yang dapat dikonsumsi seseorang dalam suatu periode dengan mengharapkan keadaan yang sama pada akhir periode seperti keadaan semula. Pengertian pendapatan menurut Ilmu Ekonomi menitikberatkan pada total kuantitatif pengeluaran terhadap konsumsi selama satu periode. Dengan kata lain, pengertian pendapatan menurut Ilmu

Ekonomi adalah jumlah harta kekayaan awal periode ditambah keseluruhan hasil yang diperoleh selama satu periode, bukan hanya yang dikonsumsi.

Transportasi

Sistem transportasi dari suatu wilayah dapat didefinisikan sebagai suatu sistem yang terdiri dari prasarana/sarana dan sistem pelayanan yang memungkinkan adanya pergerakan ke seluruh wilayah, sehingga terakomodasinya mobilitas penduduk, dimungkinkan adanya pergerakan barang, dimungkinkan akses ke semua wilayah (Santoso, 1996). Pengertian transportasi secara umum dapat diartikan sebagai kegiatan perpindahan barang atau manusia dari tempat asal ke tempat tujuan membentuk suatu hubungan yang terdiri dari 3(tiga) bagian yaitu :

- a) Ada muatan yang diangkut
- b) Tersedianya sarana sebagai alat angkut
- c) Tersedianya prasarana jalan yang dilalui

Permintaan Jasa Transportasi

Permintaan akan perjalanan mempunyai kemiripan dengan permintaan ekonomi. Permintaan diartikan sebagai kuantitas total dari pelayanan atau jasa angkutan tertentu yang rela dan mampu dibeli oleh konsumen pada harga tertentu pada pasar tertentu dan pada kondisi-kondisi tertentu pula. Oleh karena itu, permintaan atas jasa transportasi disebut sebagai permintaan atas jasa transportasi disebut (*derived demand*) yang timbul akibat adanya permintaan akan komoditi atau jasa lain. Transportasi manusia atau barang biasanya bukanlah merupakan tujuan akhir, oleh karena itu permintaan akan jasa transportasi dapat disebut sebagai permintaan turunan yang timbul akibat adanya permintaan akan komoditi atau jasa lainnya. Permintaan jasa transportasi tidak berdiri sendiri, melainkan tersembunyi dibalik kepentingan yang lain. (Edward K. Morlok)

Menurut Setijowarno dan Frazila (2001), pada dasarnya permintaan atas jasa transportasi diturunkan dari:

- a) Kebutuhan seseorang untuk berjalan dari suatu lokasi ke lokasi lainnya untuk melakukan suatu kegiatan.
- b) Permintaan akan angkutan barang tertentu agar tersedia ditempat yang diinginkan.

Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan jasa angkutan adalah sebagai berikut:

- 1) Harga jasa angkutan
- 2) Tingkat pendapatan
- 3) Citra atau image terhadap perusahaan atau moda transportasi tertentu

Pada dasarnya permintaan angkutan diakibatkan oleh kebutuhan manusia untuk bepergian dari dan ke lokasi lain dengan tujuan mengambil bagian didalam suatu kegiatan, misalnya bekerja, berbelanja, ke sekolah, dan lain-lain. Permintaan akan jasa angkutan, dipengaruhi oleh harga jasa angkutan itu sendiri dan harga dari jasa-jasa angkutan lainnya serta tingkat pendapatan dan lain-lain. (Nasution, 2004)

Adapun karakteristik permintaan angkutan dari dua kelompok, yang terdiri atas:

1) Kelompok *choice*, kelompok *choice* terdiri dari orang-orang yang mempunyai pilihan (*choice*) dalam memenuhi kebutuhan mobilitasnya. Pada kelompok ini orang dapat menggunakan kendaraan pribadi (dengan alasan finansial, legal, dan fisik).

Kelompok *captive*, kelompok *captive* adalah kelompok yang tergantung (*captive*) terhadap angkutan umum untuk memenuhi kebutuhan mobilitasnya atau dengan kata lain tidak menggunakan kendaraan pribadi.

Elastisitas Permintaan Jasa Transportasi

Dalam analisis ekonomi, secara teori maupun dalam praktek sehari-hari, adalah sangat berguna untuk mengetahui sampai sejauh mana responsifnya permintaan terhadap perubahan harga. Oleh sebab itu, perlu dikembangkan satu pengukuran kuantitatif yang menunjukkan sampai dimana besarnya pengaruh perubahan harga terhadap perubahan permintaan. Ukuran ini dinamakan elastisitas permintaan. Pada umumnya, jika harga suatu barang berubah, maka permintaan akan barang tersebut juga berubah. Untuk mengukur respon perubahan harga terhadap jumlah permintaan bias digunakan konsep elastisitas. (Nicholson, 1995).

Elastisitas atau inelastisitas permintaan transportasi sangat dipengaruhi oleh ketersediaan perusahaan-perusahaan pengangkutan yang bersaing. Jika hanya terdapat satu perusahaan pengangkutan untuk melayani kebutuhan pemakai jasa angkutan daerah, maka dapat diperkirakan tingkat elastisitas permintaan lebih kecil dibandingkan dengan jika terdapat lebih banyak perusahaan pengangkutan (Adisasmita, 2010).

Elastisitas dapat dikategorikan kedalam tiga alternatif, yaitu:

- 1) Bila penurunan persentase tarif angkutan menimbulkan persentase yang sama pada permintaan jasa transportasi sehingga penjualan tetap tidak berubah, maka situasi tersebut dikategorikan sebagai elastisitas uniter.
- 2) Dalam hal ini penurunan persentase tarif angkutan menimbulkan kenaikan persentase yang lebih kecil pada permintaan jasa transportasi sehingga hasil penjualannya menurun, hal ini dikategorikan sebagai permintaan inelastis.
- 3) Jika penurunan persentase tarif angkutan menimbulkan kenaikan persentase yang lebih besar pada permintaan jasa transportasi sehingga hasil penjualan juga meningkat, maka hal ini dikatakan sebagai permintaan yang elastisitas.

Sifat-Sifat Permintaan Jasa Transportasi

Terdapat beberapa sifat khusus yang melekat pada permintaan akan jasa Transportasi dan yang membedakannya dengan permintaan terhadap barang lainnya, yaitu sebagai berikut: (M.N Nasution 2008):

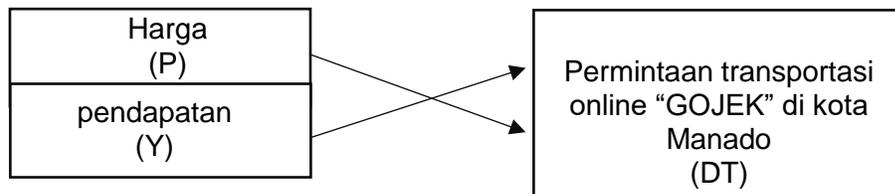
- 1) Permintaan akan jasa transportasi sangat dipengaruhi oleh elastisitas pendapatan. Perilaku hukum engel berlaku disini. Dimana engle mengatakan bahwa apabila pendapatan dari seseorang naik, maka orang tersebut akan secara sebanding dengan pengeluaran untuk memperoleh barang-barang lebih mewah atau sekunder.
- 2) Pada hakikatnya tidak tanggap atau perasa terhadap perbedaan tingkat biaya transportasi untuk pengangkutan penumpang, tetapi sangat perasa / tanggap terhadap pengangkutan barang. Ini berarti permintaan penumpang bersifat inelastis, sedangkan permintaan pengangkutan barang bersifat elastis.
- 3) Jasa Transportasi adalah jasa campuran (*product mixed*). Permintaan jasa angkutan adalah kompleks karena permintaan tersebut tidak hanya dilandasi oleh keinginan untuk memindahkan suatu dari suatu tempat ke tempat lain tetapi banyak variabel lain yang

mempengaruhi keinginan untuk memindahkan barang tersebut, seperti kecepatan, keamanan, keselamatan, ketepatan, kenyamanan, keterandalan, dan sebagainya.

GOJEK

Gojek merupakan sebuah perusahaan teknologi asal Indonesia yang melayani angkutan melalui jasa ojek. Perusahaan ini didirikan pada tahun 2010 di Jakarta oleh Nadiem Makarim. Saat ini, Go-jek telah tersedia di 50 kota di Indonesia. Gojek juga memenuhi kebutuhan setiap hari, saat ini Go-jek sedang terus melakukan Ekspansi ke Negara-negara di Asia Tenggara, dan kini sudah ada di Thailand dan Vietnam kabarnya Go-jek akan merilis di Singapura dan Filipina. Sebagai seorang yang sering menggunakan transportasi ojek, Nadiem melihat ternyata sebagian besar waktu yang dihabiskan oleh pengemudi ojek hanyalah sekedar mangkal menunggu penumpang, padahal, pengemudi ojek akan mendapatkan penghasilan yang lumayan bila banyak penumpang. Selain itu, ia melihat ketersediaan jenis transportasi ini tidak sebanyak transportasi lainnya sehingga seringkali cukup sulit untuk dicari. Ia menginginkan ojek yang bisa ada setiap saat dibutuhkan. Dari pengalamannya tersebut, Nadiem Makarim melihat adanya peluang untuk membuat sebuah layanan yang dapat menghubungkan penumpang dengan pengemudi ojek.

Pada tanggal 13 Oktober 2010, Go-jek resmi berdiri dengan 20 orang pengemudi. Pada saat itu, Go-jek masih mengandalkan call center untuk menghubungkan penumpang dengan pengemudi ojek. Pada pertengahan 2014, berkat popularitas Uber kala itu, Nadiem Makarim mulai mendapatkan tawaran investasi. Pada 7 Januari 2015, Go-jek akhirnya meluncurkan aplikasi berbasis Android dan IOS untuk menggantikan sistem pemesanan menggunakan call center. (Nadiem Makarim).



2. METODE PENELITIAN

Metode Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, data primer yaitu data yang diperoleh langsung di lapangan oleh peneliti sebagai objek penulis (Umar, 2003).

- Angket atau Koisioner

Metode angket atau koisioner adalah sejumlah pernyataan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya atau hal-hal yang dia ketahui.

- Wawancara

Wawancara atau yang sering dikenal dengan istilah *interview* atau kuisioner lisan adalah sebuah dialog yang dilakukan oleh pewawancara untuk memperoleh informasi dari terwawancara mengenai data tentang variabel, perhatian, sikap terhadap sesuatu dalam peneliti ini peneliti melakukan wawancara kepada yang bersangkutan.

Populasi penelitian

Populasi adalah keseluruhan satuan analisis yang merupakan sasaran penelitian. Populasi juga dibatasi sebagai kumpulan subyek perilaku atau karakteristik yang menjadi pusat perhatian, sehingga didalamnya terkandung informasi yang ingin diketahui. penelitian ini dilakukan di Kota Manado dengan populasi dalam penelitian ini adalah pengguna jasa Transportasi Online (GOJEK).

Sampel

Sampel merupakan perwakilan dari populasi yang hendak diteliti. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode sampel acak sederhana *purposive random sampling* yang artinya peneliti memilih Responden yang menjadi objek dalam peneliti sebanyak 40 Responden, ke 40 Responden ini dipilih di 4 kecamatan di kota manado yaitu (1) Kecamatan Malalayang; (2) Kecamatan Mapanget; (3) Kecamatan Singkil; (4) Dan Kecamatan Tikala.

Metode Analisis

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan dua metode analisis yaitu analisis deskriptif dan analisis kuantitatif. Analisis deskriptif merupakan pengumpulan dan penyajian suatu data sehingga memberikan informasi yang berguna (Walpole,1995).

Uji Hipotesis

Uji Statistik t

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independen secara sendiri-sendiri mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Dengan kata lain, untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independen dapat menjelaskan perubahan yang terjadi pada variabel dependen secara nyata dengan tingkat signifikan yang digunakan yaitu 5 persen.

Uji Statistik F

Uji ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara signifikan terhadap variabel dependen. Dimana jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak atau variabel independen secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap variabel dependen (signifikan) dengan kata lain perubahan yang terjadi pada variabel terikat dapat dijelaskan oleh perubahan variabel independen, dan sebaliknya. Dimana tingkat signifikansi yang digunakan yaitu 5 persen.

Uji Kofisien Determinasi (R-square)

Koefisien Determinan (R^2) pada intinya mengukur kebenaran model analisis regresi. Dimana analisisnya adalah apabila nilai R^2 mendekati angka 1, maka variabel independen semakin mendekati hubungan dengan variabel dependen sehingga dapat dikatakan bahwa penggunaan model tersebut dapat dibenarkan. Model yang baik adalah model yang meminimumkan residual berarti variasi variabel independen dapat menerangkan variabel dependennya dengan α sebesar di atas 0,75 (Gujarati, 2003), sehingga diperoleh korelasi yang

tinggi antara variabel dependen dan variabel independen.

3. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-28.648	12.596		-2.274	.029
	Harga	1.258	.590	.315	2.131	.040
	Pendapatan	1.355	.607	.329	2.232	.032

a. Dependent Variable: PermintaanTransportasiOnline

Uji t-statistik

a. Dependent Variable: PermintaanTransportasiOnline

Berdasarkan data output SPSS dalam tabel ini maka dapat di beri interpretasi sebagai berikut:

- Persamaan dari regresi penelitian ini adalah :

$$Y = -28,648 + 1.258X_1 + 1.355X_2$$
 Nilai Konstanta -2.274 mengandung arti bahwa jika Harga, Pendapatan masih dalam posisi nol maka besarnya Permintaan transportasi online adalah sebesar -28,648 persen.
- Nilai koefisien regresi untuk variabel harga sebesar 1.258 mengandung makna jika harga meningkat 1 persen maka permintaan transportasi online (GOJEK) juga akan meningkat sebesar 1.258 persen.
- Nilai koefisiensi untuk variabel pendapatan sebesar 1.355 mengandung makna jika pendapatata meningkat sebesar 1 persen maka permintaan transportasi online (GOJEK) meningkat sebesar 1.355 persen.

Pengaruh Variabel bebas terhadap Variabel terikat secara parsial atau sendiri-sendiri dapat dilihat dalam nilai uji t_{hitung} terhadap dibandingkan dengan nilai t_{tabel} .

- Nilai t_{hitung} Harga 2.131, Nilai t_{hitung} Pendapatan 2.234.
- Nilai t_{tabel} 2.024 yang diperoleh dari alpha 0.05 dan df sebesar (40-2), dari sisi signifikannya Harga 0.040, Pendapatan 0.032 menunjukkan bahwa positif tetapi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap permintaan transportasi online (GOJEK) maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Uji F-Statistik

Berdasarkan data output diatas bahwa nilai F_{hitung} pada model penelitian ini adalah sebesar 6.914. Dengan taraf signifikansi sebesar 0.000, nilai F_{tabel} adalah 3.24 yang diperoleh dari alpha 0.05 dan df (40= jumlah responden 2= variabel bebas). Nilai F_{hitung} 6.914 lebih besar dari nilai

F_{tabel} 3.24. Maka H_a diterima dan H_o ditolak, dengan demikian pengaruh variabel independen berpengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Dari hasil regresi pengaruh variabel harga (P) dan pendapatan (Y), terhadap permintaan konsumen (DT) terhadap pengguna jasa Transportasi Online (GOJEK) di kota Manado. Diperoleh R^2 dengan nilai sebesar 0,2720. Hal ini berarti variasi variabel independen (bebas) yaitu, harga (P) dan pendapatan (Y) pengguna jasa Transportasi Online (GOJEK) di kota Manado sebesar 27,20%.

Pembahasan

Berdasarkan hasil regresi yang telah dilakukan diperoleh bahwa tidak ada yang signifikan tetapi variabel Harga dan pendapatan memiliki pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap permintaan transportasi online (GOJEK). Pengaruh dari variabel-variabel tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Harga bahwa positif tetapi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap permintaan transportasi online (GOJEK) maka H_o diterima dan H_a ditolak.
- 2) Pendapatan bahwa positif tetapi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap permintaan transportasi online (GOJEK) maka H_o diterima dan H_a ditolak.
- 3) Harga, pendapatan secara bersama-sama atau simultan berpengaruh nyata terhadap permintaan transportasi online (GOJEK) dengan F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} ($6.914 > 3.24$) dengan signifikannya lebih kecil dari 0.05 ($0.000 > 0.05$).

4. PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah dilakukan sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Harga berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap permintaan jasa Transportasi Online (GOJEK). Hasil tersebut sesuai dengan hipotesis yang mengatakan bahwa diduga tarif berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap permintaan jasa ojek online.
2. Pendapatan masyarakat juga berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap permintaan jasa Transportasi Online (GOJEK). Hal tersebut sesuai dengan hipotesis yang dibuat bahwa permintaan ojek online berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap permintaan jasa Transportasi Online.

Saran

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian di atas, maka pada bagian ini dikemukakan beberapa saran dan rekomendasi sebagai berikut:

1. Diharapkan kepada dinas perhubungan dalam penetapan harga angkutan agar lebih berhati-hati dalam menentukan tarif. Sebab harga merupakan faktor yang sangat berpengaruh dalam mempengaruhi masyarakat guna menggunakan sarana penunjang transportasi dan tarif pula satu-satunya keunggulan yang dimiliki Transportasi Online (GOJEK) dalam persaingannya dengan moda transportasi lainnya di Kota Manado.
2. Analisis yang dilakukan dalam penelitian ini masih sangat terbatas. Agar kiranya bisa diperluas lagi guna mendapatkan analisis yang lebih menyeluruh. Variabel dan metode yang digunakan perlu dikaji lagi pengukurannya terutama untuk variabel harga dan

pendapatan. faktor – faktor yang dianalisis pada penelitian ini seperti jarak, jumlah penduduk, tingkat pendidikan, kendaraan pribadi dan faktor – faktor lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Arden Glenn A. Paronda, Jose Regidor, Ma. Sheilah Gaabucayan, Napalang 2016. **“Jurnal An Exploratory Study Uber, Grabcar, and convesiona Taxis in Metro”**. University of the Philippines.
- Adisasmita, 2010. **“Pembangunan Kawasan dan Tata Ruang”**. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Anggraeni, M. (2010). Respon Komunitas Penghuni
- Arman Hakim Nasution.2008. **“Perencanaan dan Pengendalian Produksi”**. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Bambang Riyanto. 2001. **“Akuntansi Manajemen”**
- Ayu Aziah, Popon Rabia Adawia, 2018 **“Jurnal Analisis Perkembangan Industri Transportasi Online di Era Inovasi Disruptif (Studi Kasus PT Go-jek Indonesia)”** Universitas BSI Bandung.
- Darmanto, Abdul. 2014. **Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Jasa TransportasiPenyeberangan antar Pulau di Kota Raha**. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin, Makassar.
- Djoko Setijowarno, R. B. Frazila, 2001, **“Pengantar Sistem Transportasi”** Semarang: Universitas Katolik Soegijapranata. Hardjasoemantri Koesnadi.
- Edward K. Morlok 2005, **“Pengantar teknik dan perencanaan transportasi Hainim”** Kode Buku : 629.04 MOR p. Penerbit : Jakarta.
- Gilarso, T. 2007. **“Pengantar Ilmu Ekonomi Makro. Edisi Pertama”** IKAPI: Yokyakarta
- Haryati, Mimin, 2007 **“Model dan Teknik Penilaian Pada Tingkat Satuan Pendidikan”**. Jakarta: Gaung Persada Press.
- Irfan Mahendra, Nelly septiany, 2018. **“Jurnal Analisa Faktor-faktor Yang mempengaruhi Minat Mahasiswa Dalam Pengguna Aplikasi Grab (Studi Kasus : Mahasiswa STMIK Nusa Mandiri Jakarta)”**.
- Islam, Akhmad K. 2013. **Analisis Faktor - Faktor Penentu Pemilihan Kendaraanm Pegawai Di Kota Makassar**. Skripsi tidak dipublikasikan. Fakultas Ekonomi Universitas Hasanuddin, Makassar.