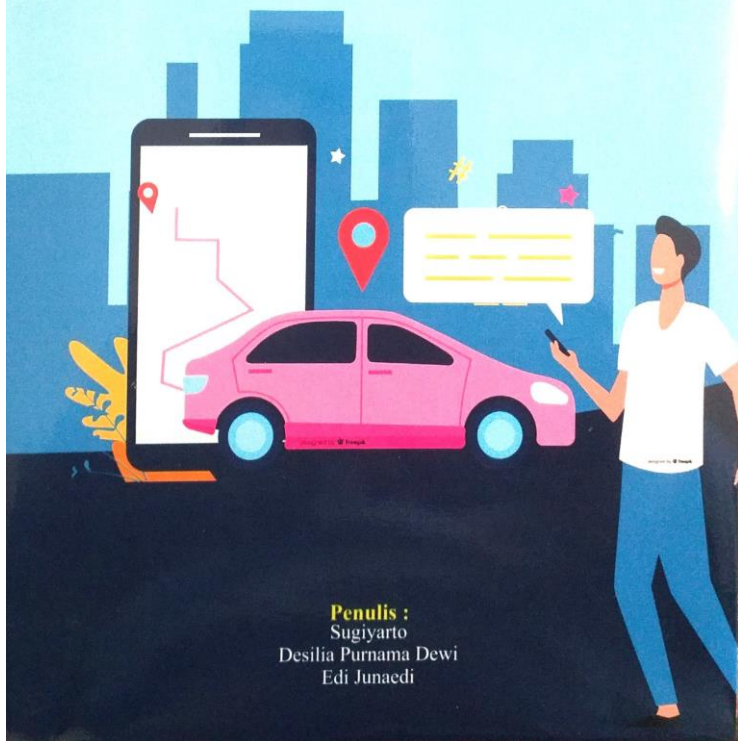




UNIVERSITAS PAMULANG

ISBN : 978-623-7833-99-4

MODA TRANSPORTASI BERBASIS APLIKASI MERUBAH PERILAKU KONSUMEN



Penulis :

Sugiyarto

Desilia Purnama Dewi

Edi Junaedi

**MODA TRANSPORTASI BERBASIS APLIKASI
MERUBAH PERILAKU KONSUMEN**

**Penulis:
Sugiyarto
Desilia Purnama Dewi
Edi Junaedi**

**UNPAM PRESS
Lembaga Penerbit & Publikasi
Jl. Surya Kencana No.1 Pamulang
Gd. A Ruang 212 Universitas Pamulang
Tangerang Selatan – Banten**

MODA TRANSPORTASI BERBASIS APLIKASI MERUBAH PERILAKU KONSUMEN

Penulis :

Sugiyarto, Desilia Purnama Dewi, Edi Junaedi

ISBN : 978 – 623 – 7833 – 99 – 4

Cetakan 1 : 2021

Editor dan Tata Letak :

Katry Anggraini

Design Sampul

Asep Sumantri

Penerbit

Unpam Press

Redaksi

**Jl. Surya Kencana No. 1 R.212 Gd. A Universitas
Pamulang I Tangerang Selatan I Banten**

Tel/Fax : 021-7412566 / 74709855. Ext : 1073

Email : unpampress@unpam.ac.id

Kata Pengantar

Buku ini membahas kehadiran moda transportasi berbasis aplikasi yang sudah banyak digunakan oleh masyarakat di Indonesia serta pengaruhnya terhadap pilihan masyarakat dalam memilih moda transportasi dan tentunya dampak dari kedua variable ini terhadap pendapatan driver ojek online

Moda transportasi berbasis aplikasi pada awal kehadiran banyak di tolak oleh tukang ojek pangkalan ataupun pelaku usaha moda transportasi konvensional dan angkutan umum.

Kalau kita mengacu pada hukum ekonomi bahwa perekonomian bisa tercipta jika ada *supply and demand*. Jika suatu produk atau jasa dibuat, kemudian di jual ke pasar dan bisa diterima oleh pasar berarti produk atau jasa tersebut sukses Begitu juga sebaliknya

Jika produk atau jasa di minati oleh konsumen, artinya produk atau jasa tersebut memang memiliki pasar dan dibutuhkan oleh konsumen.

Dalam buku ini juga di berikan contoh hasil penelitian yang di lakukan oleh penulis yang di

laksanakan di wilayah Kota Tangerang Selatan . Buku ini bisa menjadi referensi dan bacaan mahasiswa yang sedang mengambil matakuliah Pengantar Bisnis, Teori Ekonomi Makro dan Perilaku Konsumen .

Serpong, Mei 2021

Sugiyarto

DAFTAR ISI

Kata Pengantar	iii
Daftar Isi	v
BAB I Moda Transportasi	1
BAB II Prilaku Konsumen	10
BAB III Pendapatan <i>Driver Ojek Online</i>	20
BAB IV Contoh Studi Kasus	26
BAB V Hasil Penelitian	36
DAFTAR PUSTAKA	38

BAB I

MODA TRANSPORTASI

Perkembangan teknologi informasi telah membuat perubahan pelaku usaha untuk bisa dengan cepat beradaptasi terhadap perubahan yang terjadi. Dahulu transportasi umum lebih banyak menggunakan ojek pangkalan, atau dengan bus umum.

Moda transportasi darat lainnya yang menjadi pilihan masyarakat Jabodetabek adalah kereta api listrik atau yang lebih di kenal dengan KRL. Pertumbuhan industri pada era tahun 1990-an telah membuat pertumbuhan ekonomi bangsa Indonesia meningkat serta tingkat pendapatan masyarakat juga meningkat.

Dengan meningkatnya tingkat pendapatan masyarakat, maka selera masyarakat juga berubah. Kenaikan pendapatan dan selera masyarakat menjadi

peluang bagi pelaku industri automotive untuk meningkatkan penjualan kendaraan yang mereka produksi. Baik kendaraan roda dua atau kendaraan roda empat.

Dengan kebijakan moneter dan fiskal yang dikeluarkan pemerintah untuk menstimulasi dan meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Pemerintah membuat kebijakan terkait dengan tingkat suku bunga pinjaman untuk menggerakkan perekonomian.

Diantara implementasi dari kebijakan tersebut pemerintah menurunkan uang muka bagi konsumen yang akan mengajukan kredit kendaraan bermotor dan uang muka pembelian rumah tinggal untuk mendorong tumbuhnya sector properti.

Dengan adanya regulasi tersebut peningkatan penjualan kendaraan setiap tahun rata – rata khusus

roda dua di atas dua jutaan. Sedangkan penjualan kendaraan roda empat rata-rata di atas satu juta unit setiap tahun dan sebagian besar penjualan ini ada di wilayah Jabodetabek.

Peredaran kendaraan cukup banyak di wilayah Jabodetabek, membuat jalanan di Jakarta dan sekitarnya setiap hari mengalami kemacetan pada jam kerja dan jam pulang kantor, sehingga membuat banyak masyarakat yang tinggal di wilayah Tangerang, Bekasi, Depok dan Bogor kerja dan berkantor di Jakarta mengalami tingkat stress yang tinggi.

Walaupun pelebaran jalan dan penambahan jalan bebas hambatan didalam kota selalu di tambah, kemacetan masih terjadi di mana – mana, bahkan di dalam jalan tol yang katanya bebas hambatan, saat ini selalu terjadi kemacetan juga, khususnya pada jam kerja

dan jam pulang kantor, bahkan pada siang hari juga terjadi kemacetan yang lebih parah.

Dengan kondisi jalan raya setiap hari mengalami kemacetan semakin membuat stress masyarakat pengguna jalan.

Atas permasalahan tersebut mendorong inovasi dan kreativitas pelaku usaha untuk hadir dan menawarkan solusi atas kemacetan di jalan yang pelopori oleh generasi milenial.

Pada tahun 2010 perusahaan provider transportasi online seperti Gojek hadir memberikan solusi serta kemudahan kepada masyarakat untuk mencapai tujuan dengan menggunakan moda transportasi kendaraan roda dua melalui aplikasi berbasis android.

Perubahan metode penggunaan transportasi ini sebenarnya tidak berbeda jauh dengan moda

transportasi konvensional yang sudah ada. Hanya sedikit mengalami perubahan pada sistem dan mekanisme pemesanan dan pembayaran yang harus dilakukan oleh pengguna jasa moda transportasi berbasis aplikasi ini.

Pada awal kehadiran moda transportasi berbasis aplikasi seperti Gojek ataupun Grab, banyak mengalami penolakan dari pelaku usaha moda transportasi konvensional yang selama ini sudah merasa nyaman. Namun mereka tidak pernah bisa memberikan peningkatan layanan malah cenderung pengguna transportasi di paksa menerima layanan apa adanya dan tidak ada perubahan layanan kepada pengguna jasa transportasi.

Pada awal hadir moda transportasi berbasis aplikasi mengalami penolakan di setiap daerah

khususnya di kota besar, mereka yang menolak ini adalah kelompok yang merasa terancam kepentingannya.

Dengan berjalanya waktu sesuai dengan pepatah “tak kenal maka tak sayang”. Konsumen yang pada awalnya tidak memiliki pilihan atas permasalahan yang di hadapi, pada akhirnya mereka punya pilihan untuk menentukan moda transportasi yang di inginkan.

Ketika kualitas layanan yang di berikan oleh pendatang baru dalam bisnis transportasi sesuai kebutuhan masyarakat, jangan heran mereka mulai meninggalkan transportasi konvensional dan beralih menggunakan transportasi yang berbasis aplikasi ini.

Bahkan ojek pangkalan yang pada awalnya menolak kehadiran transportasi berbasis aplikasi, sekarang ojek pangkalan sudah menjadi bagian dari partner Gojek ataupun Grab.

Dengan berkembangnya kebutuhan akan moda transportasi yang nyaman, perusahaan penyedia transportasi online pada akhirnya juga melakukan inovasi pengembangan layanan yang disesuaikan dengan kebutuhan konsumen, walaupun pada awalnya juga mengalami penolakan dari para pelaku usaha angkutan umum seperti taxi.

Persaingan antar moda transportasi berbasis aplikasi dengan transportasi konvensional akhirnya di serahkan kepada mekanis pasar.

Saat ini Kereta Api Indonesia juga sudah melakukan transformasi layanan publik yang lebih baik. Perubahan ini dilakukan ketika Dahlan Ihsan dan Ignasius Johan menjadi pimpinan puncak KAI.

Pengguna layanan transportasi patut bersyukur atas perubahan layanan publik yang menjadi keinginan

seluruh konsumen. Terbukti saat ini banyak pengguna Comuter Line adalah pekerja kantoran yang sudah bosan dengan kemacetan dan lebih memilih tidak menggunakan kendaraan pribadi. Stasiun kereta comuter line juga menyediakan system ticketing layaknya kereta api yang ada di luar negeri.

Perbaikan layanan ini pada akhirnya mampu mengurangi kepadatan lalu lintas di jalan raya. Masyarakat lebih banyak memilih menggunakan kereta api listrik dari pada menggunakan mobil pribadi.

Banyak penumpang bus umum mulai beralih ke moda transportasi berbasis aplikasi. Sampai pada akhirnya KRL menjadi salah satu transportasi pilihan masyarakat dengan system yang sudah terintegrasi secara baik.

Keberhasilan pemerintah memperbaiki layanan KAI, mendorong pemerintah melakukan investasi dengan menggandeng investor asing untuk membangun kereta cepat Jakarat – Bandung. Pemerintah saat ini juag sedang membangun kereta api layang sebagai salah satu moda tarnsportasi bagi masyarakat sekitar Jakarta.

Yang perlu kita semua bangga bahwa Indonesia sudah memiliki kereta cepat bawah tanah (MRT) walaupun masih terbatas jalurnya , dan sedang di kembangkan untuk fase kedua .

BAB II

PRILAKU KONSUMEN

Semakin banyak pilihan moda transportasi semakin banyak pilihan masyarakat dalam menentukan pilihan moda transportasi yang akan di gunakan.

Pada dasarnya setiap konsumen hanya akan menggunakan satu pilihan yang terbaik dalam memberikan layanan dan sudah terbukti secara kualitas serta bisa membuat rasa nyaman dirinya.

Namun fakta di lapangan masih ada pelaku usaha transportasi umum yang tidak memahami kebutuhan konsumen akan layanan yang terbaik. Walaupun tidak semua konsumen di negara kita ini memiliki selera yang sama, paling tidak konsumen memiliki pilihan yang sesuai dengan kebutuhan

Beberapa segmentasi pasar yang ada di masyarakat secara umum:

1. Segmen pasar kelas bawah (*low market*)

Pada segmen ini konsumen lebih memilih harga sebagai dasar pengambilan keputusan. Mereka akan memilih harga yang paling murah dan kurang perhatian terhadap aspek layanan dan keselamatan. Segmen pasar ini tidak banyak pilihan karena terbatas pada anggaran yang di miliki.

2. Segmen pasar kelas menengah (*middle market*)

Perilaku konsumen kelas menengah ini, lebih banyak hati – hati dalam menentukan pilihan. Artinya mereka akan lebih banyak mencari referensi dari konsumen sebelumnya untuk mengambil keputusan.

Walaupun mereka mendapatkan penawaran harga yang lebih murah, belum tentu menjadi pilihan, kecuali harga promosi.

Perilaku konsumen pada segmen ini, tidak sensitive terhadap harga. Mereka akan mengeluarkan rupiah untuk memenuhi kepentingan mereka.

Sebagai contoh banyak masyarakat kota besar merasa terbantu dengan hadirnya gojek dan grab yang memiliki jam operasional fleksibel, khususnya pada layanan go food atau grab food.

Mereka bisa memesan makan kesukaan cukup dari kamar hotel di mana mereka menginap atau dari rumah masing – masing.

Begitu juga para pelaku usaha yang memiliki konsumen yang membutuhkan layanan dengan cepat dalam pengiriman dokumen cukup

menggunakan aplikasi *go send* bisa di kirim pada hari yang sama oleh moda transportasi berbasis aplikasi ini.

3. Segment pasar kelas menengah keatas (*middle up market*).

Perilaku konsumen pada level ini lebih mementingkan layanan yang berkualitas, dan berapapun harga yang di tawarkan oleh produsen, maka mereka tetap menggunakan jasa layanan perusahaan,

Pada dasarnya konsumen pengguna jasa moda transportasi sangat variatif. Bagi yang belum memiliki kendaraan roda empat dan ingin merasakan kenyamanan mobil pribadi maka mereka bisa bisa memesan *go car* atau *grab car* melalui aplikasi.

Di daerah tertentu tidak ada transportasi seperti taxi, yang hanya memberikan layanan di kota besar, berbeda dengan moda transportasi berbasis aplikasi dengan partner seperti grab car dan go car relative memberikan layanan di setiap daerah yang tidak di jangkau oleh moda transportasi umum seperti taxi. Layanan seperti inilah yang merubah perilaku konsumen baik yang ada di kota ataupun di daerah.

Perubahan selera pasar ini tidak pernah diantisipasi oleh pelaku usaha moda transportasi konvensional.

Perkembangan masyarakat dalam menggunakan alat komunikasi juga sebagai faktor yang mendorong perubahan perilaku konsumen .

Kalau kita melakukan kunjungan ke suatu daerah pedesaan, dahulu seorang petani tidak pernah terpikir

akan menggunakan alat komunikasi yang modern seperti handphone, fakta saat ini seorang petani di desa setiap pergi ke sawah tidak pernah ketinggalan membawa alat komunikasi .

Bahkan para petani atau masyarakat daerah, bisa dengan mudah melakukan komunikasi dengan saling melihat wajah anak dan saudara mereka layaknya mereka ngobrol berhadapan.

Sekarang banyak masyarakat di perkampungan sebagian besar sudah bisa berbelanja secara online yang di kirim dengan menggunakan moda transportasi berbasis aplikasi yang sudah berkerja sama dengan toko online.

Teknologi telah membuat perubahan dunia dengan cepat. Jika pelaku usaha tidak dengan cepat melakukan antisipasi atas perubahan dan perkembangan

teknologi, maka jangan kaget bila banyak pelaku usaha yang tinggal oleh pelanggan setia mereka yang sudah bertahun-tahun sudah di rintis.

Dengan adanya pandemic covid-19 yang di mulai sejak bulan Maret 2020, telah banyak merubah cara masyarakat dunia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya termasuk cara mereka dalam berbelanja. Perubahan perilaku ini tentu di mulai dari masyarakat kota dan masyarakat kelas menengah keatas yang sudah terbiasa dengan fasilitas yang mencukupi. Sehingga mereka dengan cepat bisa mengikuti perubahan yang terjadi.

Bagi para pelaku usaha dengan perubahan gaya hidup konsumen maka cara dalam menjalankan usaha harus dengan cepat bisa menyesuaikan perubahan pasar yang dinamis .

Transportasi konvensional seperti angkutan umum

(Angkot), saat ini sudah mulai redup dan ditinggalkan konsumen dengan berbagai alasan.

Penyebab pindahnya masyarakat dari angkutan umum (Angkot) dan beralih menggunakan moda transportasi berbasis aplikasi antara lain:

1. Efisiensi

Seperti kita ketahui bersama, sebelum ada transportasi berbasis online (ojek *online*) setiap penumpang minimal mereka akan berganti dua kali moda transportasi untuk menuju tempat tinggal masing-masing. Sebagai contoh, jika seorang konsumen turun dari stasiun kereta api mereka harus naik angkutan umum sampai didepan gerbang kompleks perumahan ,kemudian berganti transportasi ojek pangkalan untuk menuju rumah masing - masing.

2. Efektif.

Selain lebih cepat untuk mencapai tujuan konsumen, moda transportasi berbasis aplikasi tidak berhenti di setiap tempat, kecuali berhenti karena lampu merah.

Coba kita bandingkan dengan angkutan umum yang selalu berhenti untuk mengambil penumpang bahkan kita semua pernah mengalami sendiri kejadian yang tidak nyaman pada saat kita di kejar waktu atau sudah janji dengan seseorang ternyata angkutan umum yang naiki masih berhenti mencari penumpang, artinya banyak waktu penumpang yang terbuang.

Dengan berbagai macam kekurangan moda transportasi konvensional di bandingkan dengan kelebihan moda transportasi berbasis aplikasi , maka banyak masyarakat yang memutuskan untuk memilih dan

menentukan pilihan pada penggunaan moda transportasi berbasis aplikasi.

Banyak pengguna moda transportasi berbasis aplikasi merasa nyaman dengan layanan yang disediakan oleh provider seperti Gojek dan Grab. Berbagai layanan dan fasilitas yang lengkap serta kemudahan dalam menggunakannya. Termasuk pemesanan makanan yang bisa di lakukan secara online dengan pembayaran menggunakan virtual account.

Kemajuan teknologi yang tidak pernah di antisipasi oleh sebagian besar pelaku usaha transportasi konvensional, mereka tidak bisa menolak perubahan, namun punya pilihan untuk mengikuti perubahan agar bisa bertahan, atau tidak mau berubah dan di tinggalkan oleh konsumen.

BAB III

PENDAPATAN *DRIVER* OJEK *ONLINE*

Perubahan perilaku konsumen saat ini telah banyak memberikan harapan kepada sebagian besar driver ojek online. Banyak tenaga kerja informal yang terserap dan memberikan banyak kesempatan peluang kerja secara luas kepada masyarakat.

Kehadiran ojek online sempat membuat para driver ojek online menikmati pendapatan yang mereka peroleh. Penghasilan mereka membuat orang kantor tertarik untuk menjadi partner kerja pada pagi dan sore dengan mengambil jalur satu arah menuju tempat kerja mereka.

Pendapatan seorang driver ojek online pada awal hadirnya transportasi berbasis online memang sangat menjanjikan. Bahkan pada awal dan ketika belum

banyak driver ojol, pendapatan mereka bisa mendekati angka satu juta rupiah perhari. Tentu ini sangat menjanjikan dan menggiurkan bagi siapapun untuk ikut serta sebagai partner pada Gojek ataupun Grab. Maka jangan heran jika penjualan kendaraan roda dua dan roda empat pada saat itu mengalami kenaikan secara signifikan.

Kehadiran moda transportasi berbasis aplikasi secara langsung memberikan multiplier efek terhadap kegiatan perekonomian nasional dan industry lainnya. Termasuk dalam hal ini industry bengkel motor banyak mengalami peningkatan dalam memberikan jasa layanan service. Banyak masyarakat yang bisa mendapatkan pekerjaan serta penghasilan .

Dengan kehadiran moda transportasi berbasis aplikasi yang telah banyak di minati oleh pengguna

transportasi umum telah merubah model transportasi di kota - kota besar di Indonesia.

Bahkan mereka yang pada awalnya ikut serta melakukan penolakan pada akhirnya mereka menjadi bagian dari partner penyedia jasa transportasi online ini.

Peningkatan pendapatan driver ini tentu berpengaruh dan bisa meningkatkan selera konsumsi masyarakat (driver) termasuk selera berbelanja untuk memenuhi kebutuhan setiap harinya akan berbanding lurus dengan pendapatan yang di miliki.

Pengaruhnya sangat besar ketika ada sebuah kegiatan ekonomi yang mampu mendongkrak kegiatan ekonomi lainnya. Hal ini perlu menjadi perhatian pemerintah membuat kebijakan khususnya untuk mempermudah dalam memberikan perijinan bagi pelaku

usaha yang ingin membangun perekonomian bangsa dan negara kita.

Tidak hanya tingkat pendapatan driver , para pelaku usaha seperti UMKM juga terbantu dengan hadirnya moda transportasi berbasis aplikasi yang telah mengembangkan layanan mereka serta mengajak para UMKM ini sebagai partner dalam mendukung layanan yang mereka kembangkan seperti fasilitas go food atau grab food.

Dengan layanan ini, konsumen cukup melakukan pemesanan makanan melalui gawai mereka di rumah dengan pilihan sesuai selera. Mereka tidak perlu harus keluar rumah untuk membeli makanan favorit.

Layanan ini tentu juga memberikan dampak positif terhadap omset penjualan mereka. Bahkan

muncul pelaku usaha UMKM baru untuk mulai usaha rumahan dengan mengembangkan bakat memasak yang mereka miliki untuk bisnis online.

Respon konsumen juga sangat positif, karena pilihan produk yang mereka lebih variasi dan sangat melengkapi pilihan konsumen.

Bahkan tidak sedikit para pelaku usaha rumahan ini mulai mempromosikan kembali kuliner jaman dulu yang pernah menjadi idola pada jamanya untuk di angkat kembali di era milineal.

Di luar dugaan banyak respon positif atas kreativitas UMKM ini.

Semakin banyak pengguna moda transportasi berbasis aplikasi untuk melakukan belanja secara online maka semakin meningkat pendapatan driver yang mendapatkan limpahkan order pengantaran.

Pertumbuhan ekonomi tentu akan ikut terdongkrak dengan adanya peningkatan pendapatan seluruh unsur yang terlibat dalam perputaran bisnis ini. Ternyata kehadiran moda transportasi berbasis aplikasi ini tidak hanya mampu meningkatkan pendapatan driver ojek online, namun semua komponen yang ada di dalamnya juga mengalami peningkatan

Dari sisi pemerintah tentu akan banyak yang didapatkan dalam bentuk pajak yang di setor oleh pelaku usaha. Bisnis lainnya yang ikut merasakan berkah, adalah mereka pelaku usaha penjualan kuota data internet

Secara umum dengan adanya perubahan system bisnis dan perilaku konsumen berbelanja di Indonesia secara online yang mengalami peningkatan dari tahun ke tahun mampu memberikan sumbangan pertumbuhan ekonomi secara nasional.

BAB IV

CONTOH STUDI KASUS

Dalam buku ini akan di berikan contoh studi kasus hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis dan kawan-kawan, dengan judul penelitian **“Pengaruh Moda Transportasi Berbasis Aplikasi Terhadap Pilihan Masyarakat dalam Menentukan Moda Transportasi dan Dampaknya terhadap Pendapatan Driver Ojek Online.”**

Peneilitian dilakukan pada wilayah Kota Tangerang Selatan dengan metode *path* analisis melibatkan sebanyak 100 responden dengan penjelasan dengan rincian sebagai berikut:

Tabel 1
Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

No	Keterangan	Jumlah
1	Laki – laki	67
2	Perempuan	33
Jumlah		100

Tabel 2
Karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan

No	Keterangan	Jumlah
1	Mahasiswa	52
2	Diploma	24
3	Sarajana (S1)	23
Jumlah		100

Tabel 3
Karakteristik responden berdasarkan jenis pekerjaan

No	Keterangan	Jumlah
1	Pegawai Negeri Sipil / PNS	32
2	Wirausaha	27
3	Karyawan Swasta	39
Jumlah		100

Berdasarkan hasil penelitian dari umpan yang melalui kuesioner yang diedarkan dengan skala lingkert (1) sangat tidak setuju (2) tidak setuju (3) kurang setuju (4) setuju (5) sangat setuju.

Dengan menggunakan tiga variable sebagai berikut:

1. Kehadiran Moda Transportasi Berbasis Aplikasi (X)
2. Pilihan Masyarakat Dalam Menentukan Moda Transportasi (Y)
3. Pendapatan *Driver Ojek Online* (Z)

Dan diperoleh data umpan balik atas pernyataan
sbb:

Umpan balik terhadap pernyataan variabel X

Tabel 4
Pernyataan (X),
No.1 Masyarakat Senang dengan kehadiran ojek online

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	4	4.0	4.0	4.0
	3	6	6.0	6.0	10.0
	4	70	70.0	70.0	80.0
	5	20	20.0	20.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tabel 5
Pernyataan (X)
No.2 Aplikasi ojek online mudah di gunakan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	6	6.0	6.0	6.0
	4	55	55.0	55.0	61.0
	5	39	39.0	39.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tabel 6
Pernyataan (X)
No.3 Pada saat di butuhkan ojek onlie mudah di pesan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	6	6.0	6.0	6.0
	4	65	65.0	65.0	71.0
	5	29	29.0	29.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tabel 7
Pernyataan (X)
No.4 Pelayanan ojek online lebih baik di bandingkan ojek pangkalan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	6	6.0	6.0	6.0
	4	54	54.0	54.0	60.0
	5	40	40.0	40.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Umpan balik terhadap pernyataan variable Y

Tabel 8

Pernyataan (Y)

No.1 Dengan kehadiran ojek online membuat saya lebih mudah menentukan pilihan moda transportasi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.0	1.0	1.0
	3	9	9.0	9.0	10.0
	4	61	61.0	61.0	71.0
	5	29	29.0	29.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tabel 9

Pernyataan (Y)

No.2 Kemudahan melakukan pemesanan membuat saya memilih ojek online

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	3	3.0	3.0	3.0
	4	53	53.0	53.0	56.0
	5	44	44.0	44.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tabel 10
Pernyataan (Y)

No.3 Saya senang dengan harga di ketahui pada awal pemesanan,
ojek *online*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	3	3.0	3.0	3.0
	4	36	36.0	36.0	39.0
	5	61	61.0	61.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tabel 11
Pernyataan (Y)

No.4 Dengan layanan pengiriman barang dan pembelian makanan
yang di sediakan oleh *provider*, membuat saya memilih
menggunakan ojek *oline*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	1	1.0	1.0	1.0
	4	38	38.0	38.0	39.0
	5	61	61.0	61.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Umpan balik dari pernyataan variable Z

Tabel 12

Pernyataan (Z).

No.1 Kehadiran ojek online membuat saya bisa bekerja dengan waktu yang lebih fleksibel

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	11	11.0	11.0	11.0
	4	45	45.0	45.0	56.0
	5	44	44.0	44.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tabel 13

Pernyataan (Z)

No.2 Kehadiran ojek online membuat saya bisa mengatur pendapatan yang akan saya peroleh

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	2	2.0	2.0	2.0
	4	44	44.0	44.0	46.0
	5	54	54.0	54.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tabel 14
Pernyataan (Z)
No.3 Setelah menjadi *driver ojek online* perekonomian saya mengalami perbaikan

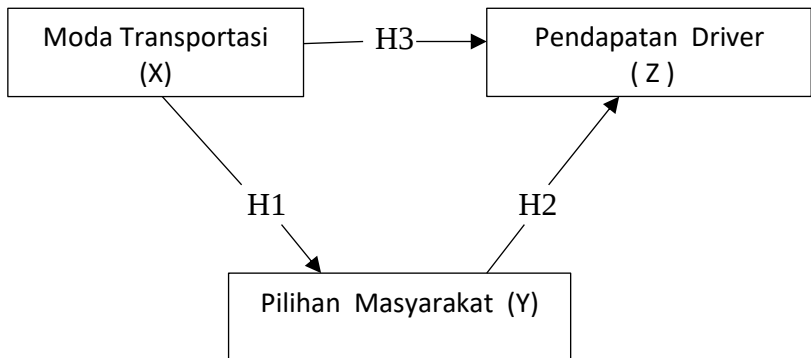
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	2	2.0	2.0	2.0
	4	47	47.0	47.0	49.0
	5	51	51.0	51.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tabel 15
Pernyataan (Z)
No.4 Saya senang, banyak masyarakat menggunakan layanan *ojek online*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	1	1.0	1.0	1.0
	4	31	31.0	31.0	32.0
	5	68	68.0	68.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

\

Model Penelitian



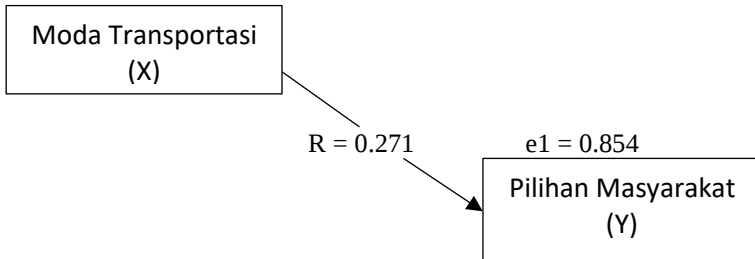
Gambar 1 Model Penelitian

Hipotesis penelitian:

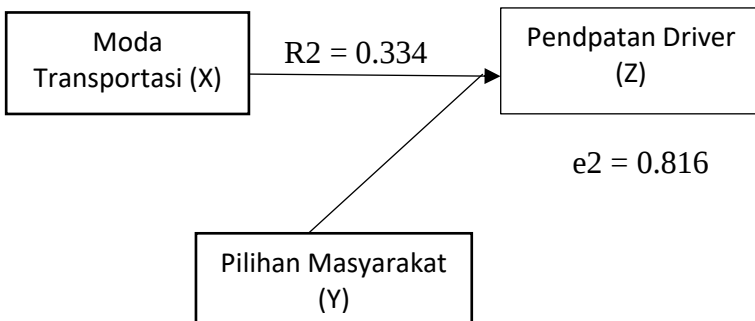
1. H1. Terdapat pengaruh yang signifikan Moda Transportasi (X) dan Pilihan Masyarakat (Y)
2. H2. Terdapat pengaruh yang signifikan Pilihan Masyarakat (Y) dan Pendapatan Driver (Z)
3. H3. Terdapat pengaruh yang signifikan Moda Transportasi (X) dan Pendapatan Driver (Z)

BAB V

HASIL PENELITIAN



Gambar 2. Diagram Jalur Model Regrtesi 1



Gambar 3. Diagram Jalur Model Regresi 2

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Sugiyarto dkk, dengan menggunakan analisa jalur (*path analysis*) dengan 100 responden masyarakat di wilayah Kota Tangerang Selatan, menunjukan bahwa moda transportasi berbasis aplikasi (X) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pilih masyarakat (Y) dalam menentukan moda transportasi sebesar 27 persen dan sisanya di pengaruhi oleh faktor lain

Sementara variable X dan Y memiliki kontribusi terhadap pendapatan driver sebesar 33.4 persen sedangkan sisanya di pengaruhi oleh faktor lain yang tidak di masukan dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Sugiyarto, S., Dewi, D. P., & Junaedi, E. (2020). Pengaruh Moda Transportasi Berbasis Aplikasi Terhadap Pilihan Masyarakat Dalam Menentukan Moda Transportasi Dan Dampaknya Terhadap Pendapatan Driver Ojek Online. *Derivatif: Jurnal Manajemen*, 14(2).
- Ali Mobarok, Abdullah Syafi'ie. 2019 Pengaruh Kuwalitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Mandiri KCM Jakarta Raya Kosambi Jakarta. Vol.2 No.3 (2019). Jurnal Pemasaran Kompetitif. Fakultas Ekonomi Universitas Pamulang
<http://openjurnal.unpam.ac.id/index.php/JPK/article/view/2829/2188>
- Andriansyah (2015). Manajemen Trasnportasi dalam Kajian dan Teori, Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik, Universitas Prof. Moestopo Bergama, Jakarta
- Nafisa Choirul Marati, 2016. Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa TransportasiI Ojek Online (Studi Pada Konsumen Gojek di Surabaya), Vol.3 No.3 (2016) Jurnal Pendidika Tata Niaga, Jurusan Pendidkan Ekonomi-Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya.
<https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/15757>

Wiratri Anindhita, Melisa Arisanty, Devie Rahmawati,
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, Jakarta 2-3 Mei 2016,
Universitas Bakrie
<http://jurnal.bakrie.ac.id/index.php/INDOCOMPAC/article/view/1638/pdf>

Fania Darma Amajida, 2016. Kreativitas Digital Dalam
Masyarakat Risiko Perkotaan : Studi Tentang Ojek
Online “GO-JEK” Di Jakarta, Vol.46, No.1 (2016)
Jurnal Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial,
Universitas Negeri Yogyakarta
<https://journal.uny.ac.id/index.php/informasi/article/view/9657>