

PENGARUH TARIF DAN JUMLAH ORDERAN TERHADAP PENDAPATAN DRIVER OJEK ONLINE DISURABAYA

Mahendra Kurniawan¹, Bambang Wiwoho²

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
mahkun882@gmail.com, bwiwoho@untag-sby.ac.id.

ABSTRACT

This study aims to determine whether there is an effect of rate and order quantity on the income of online motorcycle taxi drivers in Surabaya. This study uses descriptive research with a quantitative approach. Where the research uses numbers that can be measured to determine the effect of the independent variable on the dependent variable based on the data. The type of data used in this study is quantitative data, while the source of data used in this study is primary data.

The method used is multiple linear regression analysis, analysis of determination (R²), and hypothesis testing. The results of this study prove that partially the variable order quantity has a significant effect. While the rate variable has no significant effect. Simultaneously, the variable rate and the order quantity have a significant effect. Analysis of the coefficient of determination obtained a value of 0.637, which means that the income of online motorcycle taxi drivers in Surabaya is explained by the variation of the rate and order quantity variable by 63.7% and the remaining 36.3% is explained by other variables.

Keywords: rate, order quantity, income

PENDAHULUAN

Transportasi sudah menjadi salah satu kebutuhan pokok dalam kehidupan, karena transportasi mendukung mobilitas dari manusia. Menyadari pentingnya peranan transportasi, maka lalu lintas dan angkutan jalan harus ditata dalam suatu sistem transportasi nasional secara terpadu dan mampu mewujudkan ketersediaan jasa transportasi yang sesuai dengan tingkat kebutuhan lalu lintas dan pelayanan angkutan yang tertib, nyaman, cepat, lancar dan dengan biaya yang terjangkau

Transportasi sendiri dibedakan menjadi 2 kategori yaitu kendaraan umum dan kendaraan pribadi. Yang termasuk dalam kendaraan pribadi adalah kendaraan roda dua atau sepeda motor, namun untuk di Indonesia kendaraan pribadi ini juga digunakan sebagai transportasi umum dengan biaya yang telah disepakati, kondisi tersebut sering dikenal dengan Ojek. Berbeda dengan jenis angkutan atau transportasi umum

lainnya pada, ojek tidak memiliki rute yang pasti karena tujuannya disesuaikan dengan permintaan dari penumpang. Ojek menjadi sebuah alat transportasi yang dianggap mampu menembus kemacetan di kota besar menjadi pilihan bagi banyak masyarakat sehingga perkembangan bisnis ini sangatlah pesat. Ojek merupakan istilah yang digunakan untuk menyebut seseorang yang memberikan jasa transportasi sepeda motor dan

Salah satu mode transportasi alternatif yang banyak memenuhi sudut-sudut kota. Kehadiran ojek yang sudah tak terkendali kadang dianggap mengganggu. Bahkan polisi bisa melakukan tindakan dengan merazia mereka semua. Meski demikian, kehadiran ojek masihlah disukai banyak orang. Ibaratnya, mati satu tumbuh seribu. Satu ojek dilarang, ribuan ojek baru akan membanjiri kota hingga setiap sudut jalan ada pangkalannya.

Surabaya merupakan Ibukota Provinsi Jawa Timur serta menjadi kota kedua terbesar di

Indonesia, dengan jumlah penduduk hingga akhir Agustus 2017 tercatat sebanyak 3.057.766 tentu kebutuhan masyarakatnya sangatlah tinggi terutama dalam mobilitas dari tempat satu ke tempat lain. Dengan jumlah yang cukup besar tersebut diharapkan akan mampu mewakili populasi yang lebih luas sehingga penelitian ini akan memiliki manfaat yang besar bagi pemasaran jasa lainnya.

Ojek di Kota Surabaya bukanlah hal yang cukup digemari bahkan cukup sulit ditemukan di Kota Surabaya, ojek hanya mampu ditemukan di tempat umum seperti terminal dan stasiun, berbeda dengan Jakarta dimana ojek mampu ditemui di berbagai tempat seperti stasiun, terminal, dan tempat umum lainnya, namun saat ini warga Surabaya mulai lebih suka menggunakan ojek dalam menunjang aktifitasnya, dengan ini akan menjadi hal yang menarik untuk diteliti mengapa warga Surabaya mau menggunakan ojek.

Kemajuan teknologi dengan era globalisasi membuat Ojek mengalami perkembangan, dimana kemajuan teknologi membuat ojek yang awalnya konvensional berubah menjadi lebih modern dan sangat mudah digunakan berbagai masyarakat. Semakin berkembangnya teknologi makan inovasi ini mampu dikenal masyarakat dengan lebih luas dan mampu menarik konsumen dalam waktu yang relatif singkat.

Ojek online yang semakin berkembang di masyarakat modern memunculkan banyak perusahaan jasa penyedia transportasi yang berbasis online. Jasa penyedia ojek online yang saat ini dikenal di masyarakat adalah Go-Jek, Grab, dan shopee-food. Go- Jek adalah perusahaan ojek online yang menjadi promotor di Indonesia yang rilis pada April 2015 dan merupakan perusahaan asal Indonesia, namun dalam perkembangannya munculah Grab sebagai pesaing yang mampu berkompetisi dengan Go-Jek.

Konsumen dalam penggunaan ojek online Aplikasi dapat menggunakan aplikasi

yang dapat diunduh menggunakan telepon pintar, lalu memasukkan data diri menggunakan email, pengguna pun memiliki akun dalam aplikasi tersebut, dengan memiliki akun lalu memasukkan lokasi penjemputan dan lokasi tujuan, maka akan muncul tarif yang disediakan, lalu pelanggan mendapatkan pengemudi ojek dengan cepat disekitar mereka tanpa harus datang ke tempat mereka berada.

Kemudahan tersebut membuat banyak orang mulai menjadikan ojek online sebagai penunjang mobilitas mereka, maka hal itu menjadikan lapangan pekerjaan baru bagi beberapa orang dan menjadikan ojek online sebagai pekerjaan yang menjanjikan. Tak hanya dari sisi pengguna dan pengemudi yang meningkat, tetapi dari segi penyedia layanan juga meningkat. Sebagai bisnis yang sehat maka munculah persaingan, Go-Jek sebagai promotor transportasi berbasis online pada tahun 2015 membuat bisnis ini menjadi lahan yang sangat menjanjikan. Sehingga bisnis ini memunculkan persaingan yang sangat ketat.

Grab adalah sebuah perusahaan penyedia transportasi online yang berasal dari Malaysia yang berkantor di Singapura, Grab menjadi pesaing yang kuat bagi Go-Jek. Datang dibawah naungan PT.Grab Indonesia. Aplikasi Grab pada Juni 2017 telah diunduh sebanyak 45 juta kali, dengan jumlah 2,5 juta perjalanan setiap hari dan memiliki 1 juta mitra kerja di seluruh Asia Tenggara (artinya Grab adalah perusahaan besar yang mampu bersaing dengan promotor Go-Jek di Indonesia. Selain alasan tersebut, Grab dalam waktu yang sangat singkat sejak rilis Mei 2015 mengalami lonjakan sebanyak 600 persen pada tahun 2016, artinya masyarakat mengemari layanan ini sehingga mampu meningkatkan penjualan dalam waktu yang relatif singkat.

Grab adalah perusahaan yang memiliki jangkauan paling luas diantara transportasi ojek online lainnya, pada bulan Oktober ini Grab telah rilis di Kota Jayapura, hal itu menjadikan Grab menjadi penyedia transportasi online

pertama yang berada di kota tersebut, bahkan Grab telah beroperasi di 75 kota di seluruh Indonesia (tecnologue.id), bahkan Go-jek hanya beroperasi di 50 kota di Indonesia. Sebagai perusahaan pesaing cukup diminati oleh masyarakat karena berbagai keunggulannya. Dari segi pelayanan driver grab sangat ramah serta lebih tertib menggunakan atribut, dan dalam aplikasi grabbike menyediakan informasi plat nomor kendaraan pengemudi yang memudahkan pelanggan ketika melakukan pemesanan. Serta Grab juga memberikan layanan ruang obrolan dapat digunakan oleh pengemudi dan penumpang sehingga penumpang tidak memerlukan tambahan sms atau telepon untuk berkomunikasi dalam proses pemesanan.

Kualitas pelayanan yang memuaskan konsumen dapat berdampak terjadinya pembelian berulang-ulang yang berarti akan terjadi peningkatan penjualan. Dengan pelayanan yang baik dapat menciptakan kepuasan dan loyalitas konsumen serta membantu menjaga jarak dengan pesaing. Sebagai Perusahaan yang menyediakan produk dalam bentuk jasa maka kualitas pelayanan menjadi hal penting dalam memenangkan persaingan, karena dalam perusahaan jasa sebuah pelayanan yang berkualitas akan membuat masyarakat tidak akan ragu dalam melakukan pembelian, serta berdasarkan berbagai jurnal sebelumnya bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian dalam perusahaan yang bergerak dibidang jasa, maka dari itu penelitian ini mengambil kualitas pelayanan sebagai salah satu variabel menjadi tepat sehingga mampu mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian transportasi ojek online Grabbike.

Ojek online memiliki mitra Grab atau pengemudi yang membantu pembentukan citra merek dari Grab, karena mitra lah yang berhadapan langsung dengan pelanggan, maka untuk menjaga citra merek, membina mitra menjadi hal penting untuk dilakukan, karena

mitra Grab juga telah melakukan kontribusi citra merek terhadap Grab karena selalu menggunakan atribut yang lengkap dalam melakukan pekerjaan menjadi hal penting untuk membentuk citra merek yang baik di masyarakat.

Suatu citra merek yang kuat dapat memberikan beberapa keunggulan utama bagi suatu perusahaan salah satunya akan menciptakan suatu keunggulan bersaing. Citra merek yang baik maka yang tersceminkan dalam pengalaman Grab yang jauh telah berkembang terlebih dahulu di Asia Tenggara sebelum promotornya Go-Jek menjadikan seorang pelanggan tidak akan ragu dalam melakukan sebuah keputusan pembelian terhadap pemilihan jasa layanan ojek online yang akan mereka gunakan Dengan penjelasan tersebut maka menjadikan citra merek sebagai salah satu variabel terhadap keputusan pembelian ojek online grabbike sangatlah tepat.

Harga merupakan variabel yang sangat penting dalam menciptakan keputusan pembelian. Harga yang rendah atau harga yang rendah akan mampu untuk meningkatkan kinerja pemasaran. Ketika pelanggan memilih di antara merek- merek yang ada, maka pelanggan akan mengevaluasi harga, akan tetapi pelanggan akan membandingkan beberapa standar harga sebagai salah satu referensi untuk melakukan transaksi.

Konsumen akan melihat berapa harga yang ditawarkan sesuai dengan produk yang ditawarkan maka hal tersebut dapat menjadi pertimbangan bagi pelanggan. Dengan kata lain, perusahaan harus selalu memonitor harga yang ditetapkan oleh para pesaing, agar harga yang ditentukan oleh perusahaan tersebut tidak terlalu tinggi atau sebaliknya. Sedangkan harga adalah salah satu bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, unsur lainnya menghasilkan biaya.

Harga juga dapat menjadi indikator kualitas dimana suatu produk dengan kualitas tinggi akan berani dipatok dengan harga yang tinggi pula. Harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan untuk

melakukan pembelian suatu produk. Oleh karena itu untuk melakukan penetapan tarif yang menarik pelanggan adalah hal penting untuk masyarakat dalam melakukan pembelian. Konsumen akan melakukan pembelian dengan telah mempertimbangkan harga, dimana biaya yang dikeluarkan dibandingkan dengan apa yang akan diperoleh nanti. Harga yang dianggap baik adalah harga yang mampu bersaing dengan harga dari penyedia jasa ojek online lainnya, dengan penjabaran tersebut maka persepsi harga dapat dijadikan sebuah variabel dalam pengambilan keputusan ojek online.

Rumusan Masalah

1. Bagaimana Pengaruh Tarif terhadap Pendapatan Driver Ojek Online Di Surabaya?
2. Bagaimana Pengaruh Jumlah Orderan terhadap Pendapatan Driver Ojek Online Di Surabaya?
3. Bagaimana Pengaruh Tarif dan Jumlah Orderan terhadap Pendapatan Driver Ojek Online Di Surabaya?

Tujuan Penelitian

1. Untuk Mengetahui Pengaruh tarif terhadap Pendapatan Driver Ojek Online Di Surabaya
2. Untuk Mengetahui Pengaruh Jumlah Orderan terhadap Pendapatan Driver Ojek Online Di Surabaya
3. Untuk Mengetahui Pengaruh Tarif dan Jumlah Orderan terhadap Pendapatan

Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan kontribusi terhadap:

1. Bagi Driver ,Diharapkan hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai salah satu informasi dan bahan evaluasi untuk menentukan langkah-langkah selanjutnya, sehingga diharapkan dapat lebih meningkatkan pendapatan para driver di Surabaya.
2. Bagi Penulis Sebagai saran untuk menambahkan wawasan, pengetahuan dan

pengalaman terkait permasalahan yang diteliti khususnya pengaruh tarif dan jumlah orderan terhadap pendapatan driver ojek online di Surabaya. selain itu, juga sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

3. Bagi Pembaca , Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi pengetahuan bagi mahasiswa tentang pengaruh tarif dan jumlah orderan terhadap pendapatan driver ojek online di Surabaya dan dapat dijadikan bahan pertimbangan untuk penelitian sejenis di masa yang akan datang.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Tarif

Tarif adalah harga jasa angkutan yang harus dibayar oleh pengguna jasa, baik melalui mekanisme perjanjian sewa menyewa, tawar menawar, maupun ketetapan Pemerintah. Pasal 11 ayat 5 Peraturan Menteri Perhubungan Nomor: PM 12 Tahun 2019 tentang Perlindungan Keselamatan Pengguna Sepeda Motor Yang Digunakan Untuk Kepentingan Masyarakat. Menteri Perhubungan (Menhub) Budi Karya Sumadi telah menandatangani Keputusan Menteri Perhubungan (Kepmenhub) Nomor KP 348 tentang Pedoman Perhitungan Biaya Jasa Penggunaan Sepeda Motor Yang Digunakan Untuk Kepentingan Masyarakat Yang Dilakukan Dengan Aplikasi. Harga jasa angkutan yang ditentukan mengikuti sistem tarif, berlaku secara umum dan tidak ada ketentuan lain yang mengikat perusahaan angkutan dan pemilik barang atau penumpang kecuali apa yang sudah diatur dalam buku tarif. Menurut ada beberapa macam prinsip umum yang melandasi penentuan tarif, yaitu yang didasarkan pada

- a) jumlah penumpang dan karakteristik penumpang.
- b) Karakteristik penumpang angkutan umum
- c) Biaya operasional kendaraan.

Di dalam menangani kebijakan tarif, tujuan apapun yang dibuat, pada akhirnya akan

diambil keputusan yang mempertimbangkan 2 (dua) hal: pertama, tingkatan tarif merupakan besarnya tarif yang dikenakan dan mempunyai rentang dari tarif / gratis sama sekali sampai pada tingkatan tarif yang dikenakan akan menghasilkan keuntungan pada pelayanan. Kedua, memperhitungkan struktur tarif yang merupakan cara bagaimana tarif tersebut dibayarkan.(Ariamsah, 2018)

Pengertian Jumlah Orderan

Konsep Orderan ialah Permintaan pembelian jasa kepada penjual (Driver). Serta proses pembelian yang dilakukan oleh konsumen kepada penjual sebelum konsumen mendapatkan barang/jasa. Pengertian orderan yang paling sederhana adalah dengan melakukan kontak langsung kepada penjual kemudian konsumen memesan barang yang diinginkan.

Pengertian Pendapatan

Pendapatan merupakan salah satu unsur yang paling utama dari pembentukan laporan laba rugi dalam suatu perusahaan. Banyak yang bingung mengenai istilah pendapatan. Hal ini disebabkan pendapatan dapat diartikan sebagai revenue dan dapat juga diartikan sebagai income, maka income dapat diartikan sebagai penghasilan dan kata revenue sebagai pendapatan penghasilan maupun keuntungan.(ARIFIN, 2020)

Sedangkan menurut Boediono pendapatan seseorang dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain dipengaruhi:

- 1) Jumlah faktor-faktor produksi yang dimiliki yang bersumber pada, hasil-hasil tabungan tahun ini dan warisan atau pemberian.
- 2) Harga per unit dari masing-masing faktor produksi, harga ini ditentukan oleh penawaran dan permintaan di pasar faktor produksi.
- 3) Hasil kegiatan anggota keluarga sebagai pekerjaan sampingan. Tingkat pendapatan mempengaruhi tingkat konsumsi masyarakat

Hubungan antara pendapatan dan konsumsi merupakan suatu hal yang sangat penting dalam berbagai permasalahan ekonomi. Kenyataan menunjukkan bahwa pengeluaran konsumsi meningkat dengan naiknya pendapatan, dan sebaliknya jika pendapatan turun, pengeluaran konsumsi juga turun. Tinggi rendahnya pengeluaran sangat tergantung kepada kemampuan keluarga dalam mengelola penerimaan atau pendapatannya

Distribusi pendapatan adalah penyaluran atau pembelanjaan masyarakat untuk kebutuhan konsumsi. Kurangnya distribusi pendapatan dapat menimbulkan daya beli rendah, terjadinya tingkat kemiskinan, ketidakadilan, kelaparan dan lain-lain yang akhirnya akan menimbulkan anti pati golongan masyarakat yang berpendapatan rendah terhadap yang berpendapatan tinggi, sehingga akan menimbulkan kecemburuan sosial di dalam masyarakat.(Watung et al., 2020).

Pengertian Ojek

Menurut (Annisa Aulia Fitriani, 2017) definisi ojek menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah sepeda motor ditambahkan dengan cara memboncengkan penumpang yang menyewa. Ojek merupakan sarana transportasi darat yang menggunakan kendaraan roda dua dengan berpelat hitam, untuk mengangkut penumpang dari satu tujuan ke tujuan lainnya kemudian menarik bayaran.

Ojek sepeda motor telah menjadi alternatif angkutan bagi sebagian masyarakat karena fleksibel dalam kegiatannya, bisa menjangkau tempat yang tidak dilalui angkutan umum seperti angkutan kota, bus, atau jenis angkutan umum beroda empat lain. Secara de facto, keberadaan ojek sepeda motor dianggap sangat membantu masyarakat dalam memecahkan kendala terhadap tersedianya angkutan umum sebagai angkutan alternatif. Namun secara de jure, keberadaan ojek sepeda motor dianggap bermasalah dalam hal legalitas, karena secara normatif tidak memiliki hukum yang mengatur ojek sepeda motor secara jelas.

Pada dasarnya keberadaan ojek sepeda motor sebagai kendaraan bermotor roda dua memiliki keunggulan dan keunikan tersendiri mengingat ojek bisa memberi layanan door to door, dapat menjangkau lokasi sulit seperti lorong-lorong dan jalan sempit, atau mampu melewati kemacetan. Namun ojek sepeda motor dikatakan angkutan umum ilegal, karena belum adanya aturan yang mengatur secara khusus mengenai ojek sepeda motor di dalam undang-undang. Keberadaan ojek sepeda motor sendiri bisa dikatakan sangat dibutuhkan oleh masyarakat.

Ojek sepeda motor dikatakan sebagai angkutan orang dengan kendaraan bermotor roda dua. Tidak diatur secara khusus mengenai sepeda motor sebagai angkutan kendaraan bermotor umum, karena ada beberapa permasalahan dalam administrasi pendaftaran ojek sebagai kendaraan bermotor umum di Dinas Perhubungan.

Pengertian UMKM

Di Indonesia, definisi UMKM diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia No.20 Tahun 2008 tentang UMKM. Pasal 1 dari UU tersebut, dinyatakan bahwa Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memiliki kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam UU tersebut. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan anak cabang yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian, baik langsung maupun tidak langsung, dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam UU tersebut. (Firmansyah, 2019)

Sedangkan usaha mikro merupakan usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung

maupun tidak langsung, dari usaha mikro, usaha kecil atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana dimaksud dalam UU tersebut.⁴

Di dalam Undang-undang tersebut, kriteria yang digunakan untuk mendefinisikan UMKM seperti yang tercantum dalam Pasal 6 adalah nilai kekayaan bersih atau nilai aset tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau hasil penjualan tahunan. Dengan kriteria sebagai berikut:

a) Usaha mikro merupakan unit usaha yang memiliki aset paling banyak Rp.50 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dengan hasil penjualan tahunan paling besar Rp.300 juta.

b) Usaha kecil dengan nilai aset lebih dari Rp. 50 juta sampai dengan paling banyak Rp.500 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp.300 juta hingga maksimum Rp.2.500.000, dan.

c) Usaha menengah ialah perusahaan dengan nilai kekayaan bersih lebih dari Rp.500 juta hingga paling banyak Rp.100 milyar hasil penjualan tahunan di atas Rp.2,5 milyar sampai paling tinggi Rp.50 milyar.

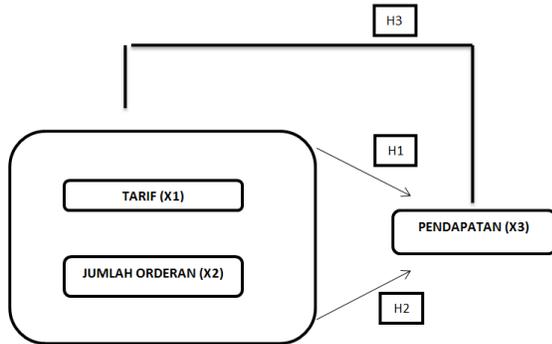
Pengertian Transportasi Online

teknologi merupakan suatu proses yang meningkatkan nilai tambah. Lebih lanjut disebut pula bahwa teknologi merupakan suatu bagian dari sebuah integral yang terdapat dalam suatu sistem tertentu. Di sisi lain, makna teknologi secara luas dapat diartikan sebagai segala sesuatu yang dapat membantu atau memudahkan kegiatan-kegiatan yang dilakukan manusia. Dengan adanya ilmu pengetahuan dan teknologi, kegiatan manusia yang sebelumnya berjalan dengan memakan waktu lama, sekarang praktis bahkan dengan waktu yang sangat singkat.

Layanan ojek atau taksi online seharusnya bisa terintegrasi dengan moda transportasi lain. Namun, yang perlu diingat

adalah semua transportasi harus memiliki akurasi dari segi jadwal berangkat dan tibanya. Penyedia layanan juga perlu memberikan tarif yang transparan.(ARIFIN, 2020)

Kerangka Konseptual



Hipotesis

Hipotesis adalah sebuah argumen sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Maka Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1 :Tarif berpengaruh terhadap Pendapatan Driver Ojek Online DiSurabaya

H2 :Jumlah Orderan berpengaruh terhadap Pendapatan Driver Ojek Online DiSurabaya

H3 :Tarif dan Nilai Jumlah Orderan secara simultan berpengaruh Terhadap Pendapatan Driver Ojek Online DiSurabaya

METODE PENELITIAN

Pendekatan penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Yaitu data yang berbentuk angka dan perhitungan yang dituangkan dalam bentuk tabel, kemudian data itu diolah dengan menggunakan statistik. Sedangkan metode penelitian ini adalah metode asosiatif untuk melihat hubungan dan pengaruh variabel tarif dan jumlah orderan terhadap

pendapatan driver ojek online di Surabaya. Jenis data yang dipakai dalam penelitian ini adalah jenis data kuantitatif, sedangkan sumber data yang digunakan adalah data primer. Data primer yaitu data yang diambil secara langsung dari responden penelitian. Data primer dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perorangan langsung dari objeknya. Mengumpulkan data tersebut dilakukan secara khusus untuk mengatasi masalah riset yang sedang diteliti seperti diperoleh melalui survey lapangan dengan menggunakan metode pengumpulan data yang original, yang diperoleh langsung dari responden melalui alat bantu kuesioner dan wawancara. Data primer dalam penelitian ini berasal dari para driver Gojek, GRAB, dan Shopee-food di Surabaya.

HASIL PENELITIAN

Analisis Regresi Linier

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-93276,714	25973,230		-3,591	,001
Tarif	1,404	3,246	,028	,432	,666
Jumlah Orderan	13504,971	1099,264	,789	12,285	,000

a. Dependent Variable: Pendapatan

Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,798 ^a	,637	,629	39253,948

a. Predictors: (Constant), Jumlah Orderan, Tarif

Uji t (Parsial)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-93276,714	25973,230		-3,591	,001
Tarif	1,404	3,246	,028	,432	,666
Jumlah Orderan	13504,971	1099,264	,789	12,285	,000

a. Dependent Variable: Pendapatan

Pengaruh Tarif terhadap Pendapatan

Berdasarkan pada tabel dapat dilihat hasil nilai koefisien Tarif (X1) sebesar 1,404 dan nilai signifikansi sebesar 0,666 dinyatakan lebih besar dari taraf $\alpha = 0,05$ ($0,666 > 0,05$). Hal ini ditunjukkan juga dengan nilai t hitung Tarif = 0,432 dan nilai t tabel = 1,66071 sehingga t hitung tarif sebesar $0,432 < t \text{ tabel} = 1,66071$. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel Tarif (X1) mempunyai pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap pendapatan driver ojek online disurabaya

Pengaruh Jumlah Orderan terhadap Pendapatan

Berdasarkan pada tabel dapat dilihat hasil nilai koefisien Jumlah Orderan (X2) sebesar 13504,971 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 dinyatakan lebih kecil dari taraf $\alpha = 0,05$ ($0,000 < 0,05$). Hal ini ditunjukkan juga dengan nilai t hitung Jumlah Orderan = 12,285 dan nilai t tabel = 1,66071 sehingga t hitung jumlah orderan sebesar $12,285 > t \text{ tabel} = 1,66071$. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel Jumlah Orderan (X2) mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap pendapatan driver ojek online disurabaya

Pengaruh Tarif dan Jumlah Orderan terhadap Pendapatan

Berdasarkan hasil uji F tabel secara simultan untuk variabel tarif dan jumlah orderan didapat nilai sebesar F hitung = 85,001 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Berarti H_3 dalam penelitian ini terdapat pengaruh antara tarif dan jumlah orderan secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap pendapatan driver ojek online disurabaya

Berdasarkan hasil koefisien determinasi pada tabel 4.18 diperoleh nilai sebesar 0,637 yang berarti tarif (X1) dan jumlah orderan (X2) terhadap Pendapatan (Y) memiliki pengaruh sebesar 63,7%, sedangkan sisanya 36,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan diatas, maka dapat diambil kesimpulan, antara lain :

1. Berdasarkan uji secara simultan atau bersama-sama dengan variabel independen yaitu tarif dan jumlah orderan secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap Pendapatan driver ojek online di Surabaya

2. Berdasarkan hasil penelitian menggunakan uji t (parsial) variabel tarif (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan driver ojek online di Surabaya. Sedangkan variabel jumlah orderan (X2) berpengaruh signifikan terhadap pendapatan driver ojek online di Surabaya.

3. Berdasarkan uji koefisien determinasi (Rsquare) variabel tarif (X1) dan jumlah orderan (X2) terhadap pendapatan driver (Y) di Kota Surabaya sebesar 63,7%, sedangkan sisanya 36,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

SARAN

Beberapa saran yang dapat dikemukakan dan juga dapat menjadi bahan pertimbangan bagi Para pelaku Industri Ojek Online :

1. Diharapkan para driver ojek online di Surabaya lebih mengutamakan frekuensi jumlah orderan ketimbang jumlah tarif yang tinggi (memilih – milih orderan) dikarenakan probabilitas untuk mendapatkan orderan dengan tarif tinggi sangat kecil, sehingga alangkah lebih baik apabila driver menerima semua orderan yang akan berpengaruh terhadap frekuensinya dan pendapatan para driver juga akan meningkat.

2. Bagi para perusahaan GOJEK, GRAB, dan Shopee-Food untuk lebih meningkatkan promo kepada konsumen aplikasi, agar supaya memiliki dampak terhadap jumlah orderan bagi para driver

3. Bagi para perusahaan GOJEK dan GRAB diharapkan untuk lebih mempermudah dalam menentukan skema bonus bagi para driver, agar driver mendapatkan tambahan pendapatan yang akan berdampak kepada kesejahteraan para driver

4. Bagi Pemerintah, diharapkan pemerintah untuk lebih memperhatikan para perusahaan aplikasi agar jumlah potongan dan biaya lain-lain dapat lebih ditekan untuk kesejahteraan para driver dan menekan harga tarif yang akan dibebankan kepada Customer

DAFTAR PUSTAKA

Annisa Aulia Fitriani. (2017). Analisis Perbedaan Pendapatan Ojek Berbasis di Kota Surabaya. *Annisa Aulia Fitriani Analisis Perbedaan Pendapatan Ojek Berbasis Di Kota Surabaya*, 6–18.

Ariamsah, S. D. (2018). *Analisa Tarif Jalan Tol Jalan Tol Berdasarkan Pendekatan Willingnes To Pay (Wtp) Dan Ability To Pay (Atp). Study Kasus: Jalan Tol ...* 5–15.
<https://eprints.umm.ac.id/36916/>

ARIFIN. (2020). PENGARUH JAM KERJA DAN KEBIJAKAN TARIF OJEK ONLINE TERHADAP TINGKAT PENDAPATAN DRIVER GRAB BIKE DI KECAMATAN MEDAN TEMBUNG. *Orphanet Journal of Rare Diseases*, 21(1), 1–9.

Firmansyah, A. I. (2019). Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, Dan

Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Tulungagung. *Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Tulungagung*, 53(9), 1689–1699.