

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERMINTAAN OJEK ONLINE GO-JEK DI KABUPATEN GRESIK

Daviandra Reza Wardana¹, Joko Priyono²

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Ekonomi Pembangunan

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya ^{1,2}

Email : daviandrareza11@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh tarif dan diskon terhadap permintaan transportasi ojek online Go-Jek di Kabupaten Gresik. Jenis penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, sampel pada penelitian ini berjumlah 50 responden. Pengumpulan data menggunakan data primer melalui metode kuisioner. Analisis data yang digunakan yaitu regresi linear berganda dengan alat analisis data menggunakan SPSS 25.

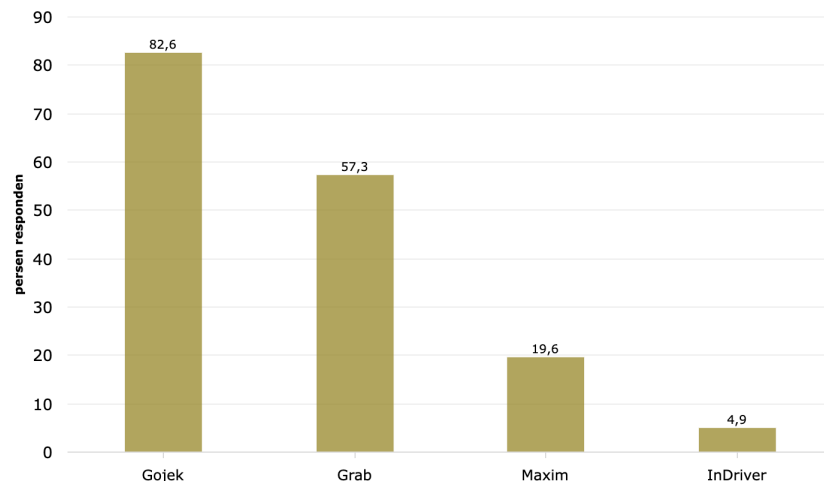
Berdasarkan analisis data, menunjukkan bahwa secara simultan variabel tarif dan diskon secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap permintaan transportasi ojek online Go-Jek di Kabupaten Gresik. Dan analisis secara parsial menunjukkan bahwa variabel tarif dan diskon berpengaruh tidak signifikan terhadap permintaan transportasi ojek online Go-Jek di Kabupaten Gresik.

Kata Kunci: Tarif, Diskon, Permintaan Ojek Online Go-Jek

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi saat ini berkembang sangat pesat terutama di Indonesia, yang membuat persaingan dalam penyediaan jasa transportasi semakin ketat. Teknologi menjadi kunci utama untuk terus beradaptasi dan bersaing di zaman yang serba cepat dan progresif seperti saat ini.

Saat ini, teknologi sangat memegang peranan yang penting dalam kemudahan untuk melakukan berbagai aktivitas. Kini masyarakat telah mengembangkan banyak teknologi untuk mewujudkan kemungkinan tersebut, salah satunya adalah Internet. Saat ini, Internet juga merupakan salah satu alat untuk pengembangan lalu lintas. Transportasi dengan kemajuan teknologi mengakibatkan transportasi terintegrasi internet, banyak transportasi darat, udara dan darat. dan laut yang hanya bisa diakses melalui aplikasi online dan sudah bisa memesan transportasi mana yang ingin digunakan, tidak bisa dipungkiri internet di Indonesia berkembang sedemikian rupa sehingga banyak aplikasi yang menggunakan internet.



Katadata.co.id

databoks

Sumber: www.databoks.katadata.co.id

Gambar 1.1 Persentase Responden Ojek Online di Indonesia pada September 2022

Menurut riset Institute of Economics and Finance (INDEF), Gojek saat ini menjadi layanan transportasi online yang paling banyak digunakan konsumen Indonesia.

Aplikasi besutan PT GoTo Gojek Tokopedia ini digunakan oleh 82% responden. Pangsa pengguna layanan transportasi online Grab, Maxim dan InDriver lebih rendah seperti yang terlihat pada Gambar 1.1. Data ini juga menunjukkan bahwa meski konsumen memiliki aplikasi lain seperti Maxim atau InDriver, Gojek juga menjadi pilihan utama mereka.

Gresik merupakan salah satu kawasan yang cukup ramai dan sering terjadi kemacetan terutama di kawasan Kota Gresik pada pagi menjelang siang dan sore menjelang maghrib, karena kawasan tersebut merupakan kawasan industri dengan banyak pekerja pabrik lokal dan kota yang ramai penduduknya.

TINJAUAN TEORI

Tarif

Menurut Rofiyandi (2022) dalam skala pemerintahan, tarif dapat artikan sebagai pungutan yang dibebankan untuk semua barang yang melewati negara baik keluar ataupun masuk dan diatur melalui perundang-undangan seperti tarif ekspor, tarif impor, dan sejenisnya.

Diskon

Diskon secara umum dapat didefinisikan sebagai potongan harga yang diberi dari penjual kepada pembeli untuk penghargaan atas aktivitas tertentu dari pembeli yang menyenangkan bagi penjual. Menurut Riadi (2021) diskon atau potongan harga adalah sesuatu yang umum digunakan yang dapat berguna sebagai daya tarik bagi pembeli untuk membeli dalam jumlah besar.

Teori Permintaan

Dalam ilmu ekonomi, permintaan (demand) adalah hubungan antara kuantitas suatu produk yang ingin dibeli orang dengan harganya.

Go-Jek

Gojek adalah perusahaan jasa transportasi online. Gojek menjadi pionir pertama armada transportasi online. Gojek didirikan pada tahun 2009 oleh Nadiem Makarim, namun saat pertama kali muncul, Gojek masih menggunakan call center dalam berkomunikasi dengan penumpang.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan penelitian yang berkaitan dengan analisis faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan ojek online Go-Jek di Gresik. Yang menjadi populasinya adalah warga yang pernah menggunakan jasa ojek online Go-Jek di Gresik, cara pengambilan datanya menggunakan kuisioner dan wawancara secara langsung terhadap masyarakat yang pernah menggunakan jasa ojek online Go-Jek. Cara pengambilan sampelnya dengan metode *convenience sampling* yaitu kumpulan informasi dari anggota-anggota populasi yang dengan setuju mau memberikan informasi tersebut.

Sumber data penelitian ini adalah dalam penelitian ini diperoleh melalui responden secara langsung dengan cara wawancara dan memberikan kuisioner tentang data yang diperlukan dalam penelitian ini. Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Gresik khususnya daerah Gresik Kota yang meliputi: Kecamatan Kebomas, Kecamatan Gresik, dan Kecamatan Manyar dengan sasaran warga Gresik yang menggunakan jasa transportasi online Go-Jek. Dengan populasi adalah warga yang pernah menggunakan jasa Go-Jek dan yang berada di Kabupaten Gresik khususnya daerah Gresik Kota yang meliputi: Kecamatan Kebomas, Kecamatan Gresik, dan Kecamatan Manyar. Jumlah populasi tidak diketahui atau tidak bisa ditentukan secara pasti jumlahnya. Dipilihnya Kabupaten Gresik karena bagi peneliti lebih mudah mendapatkan data yang diinginkan peneliti. Sampel penelitian ini adalah dari warga di Kabupaten Gresik, khususnya yang pernah menggunakan jasa ojek online Go-Jek dengan Teknik pengambilan sampel menggunakan *convenience sampling*.

Metode angket atau kuisioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi yang ditujukan kepada responden. Kuisioner ini akan diberikan kepada para pengguna jasa ojek online Go-Jek di Kabupaten Gresik.

Analisis data yang digunakan yaitu regresi linear berganda dengan alat analisis data menggunakan SPSS 25.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik responden ojek online Go-Jek di Kabupaten Gresik.

1. Berdasarkan Variabel Tarif

Tabel 4.5 Variabel Tarif (X1)

No.	Tarif	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Rp 10.000 – 17.000	13	26%
2.	Rp 18.000 – 22.000	21	42%
3.	Rp 23.000 – 27.000	8	16%
4.	Rp 28.000 – 50.000	8	16%
Jumlah		50	100%

Sumber: Lampiran 3

Berdasarkan Tabel 4.5, jawaban responden untuk variabel tarif (X1) menunjukkan bahwa penggunaan tarif oleh responden ketika memesan ojek online Go-Jek mulai dari Rp. 10.000 – 17.000 sebanyak 13 responden dengan presentase 26%, penggunaan tarif Rp. 18.000 – 22.000 sebanyak 21 responden dengan presentase 42%, penggunaan tarif Rp. 23.000 – 27.000 sebanyak 8 responden dengan presentase 16 %, penggunaan tarif Rp. 28.000 – 50.000 sebanyak 8 responden dengan presentase 16%.

2. Berdasarkan Variabel Diskon

Tabel 4.6 Variabel Diskon (X2)

No.	Diskon	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Rp 0	11	22%
2.	Rp 3.000 – 5.000	13	26%
3.	Rp 6.000 – 9.000	19	38%
4.	Rp 10.000 – 13.000	7	14%
Jumlah		50	100%

Sumber: Lampiran 4

Berdasarkan Tabel 4.6, jawaban responden untuk variabel diskon (X2) menunjukkan bahwa terdapat responden yang tidak menggunakan diskon seperti gopay dan terdapat responden yang menggunakan diskon melalui gopay, untuk responden yang tidak menggunakan diskon melalui gopay (Rp. 0) sebanyak 11 responden dengan presentase 22%, sedangkan responden yang menggunakan diskon gopay sejumlah Rp. 3.000 – 5.000 yaitu sebanyak 13 responden dengan presentase 26%, responden yang menggunakan diskon gopay sejumlah Rp. 6.000 – 9.000 yaitu sebanyak 19 responden dengan presentase 38%, dan responden yang menggunakan diskon gopay sejumlah Rp. 10.000 – 13.000 yaitu sebanyak 7 responden dengan presentase 14%.

3. Berdasarkan Variabel Permintaan

Tabel 4.7 Variabel Permintaan (Y)

No.	Permintaan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	1 - 5 kali	21	42%
2.	6 - 10 kali	14	28%
3.	11- 19 kali	10	20%
4.	20 - 25 kali	5	10%
Jumlah		50	100%

Sumber: Lampiran 5

Berdasarkan tabel 4.7, jawaban responden untuk seberapa banyak penggunaan ojek online Go-Jek dalam 1 bulan menunjukkan bahwa terdapat 21 responden dengan presentase 42% yang memesan jasa ojek online Go-Jek 1 sampai 5 kali, terdapat 14 responden dengan presentase 28% yang memesan jasa ojek online Go-Jek 6 sampai 10 kali, terdapat 10 responden dengan presentase 20% yang memesan jasa ojek online Go-Jek 11 - 19 kali, terdapat 5 responden dengan presentase 10% yang memesan jasa ojek online Go-Jek dari 20 – 25 kali.

Analisis Data

4.3.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis ini dilakukan untuk menguji pengaruh antara variabel bebas yaitu: tarif (X1), dan diskon (X2) terhadap variabel terikat yaitu permintaan (Y). berikut ini adalah hasil dari pengujian regresi linear berganda:

Tabel 4.8 Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.693	.384		1.804	.078
	Tarif	.353	.143	.352	2.474	.017
	Diskon	.206	.146	.201	1.413	.164
a. Dependent Variable: Permintaan						

Sumber: Lampiran 9

Pada Tabel 4.10 diperoleh model persamaan regresi linear berganda yang dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = 0,693 + 0,353X_1 + 0,206X_2 + e$$

- | Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|------------|----------------|----|-------------|-------|-------------------|
| 1 | Regression | 11.442 | 2 | 5.721 | 6.801 | .003 ^b |
| | Residual | 39.538 | 47 | .841 | | |
| | Total | 50.980 | 49 | | | |
- a. Dependent Variable: Permintaan
- b. Predictors: (Constant), Diskon, Tarif

Sumber: Lampiran 10

Berdasarkan Tabel 4.11, diketahui bahwa nilai F hitung = 6.801 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,003 < 0,05$, maka H_0 ditolak, dan variabel tarif (X1) dan variabel diskon (X2) secara simultan atau bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap permintaan (Y) ojek online Go-Jek di Kabupaten Gresik.

4.4.2 Uji t Parsial

Uji t digunakan untuk menunjukkan besarnya pengaruh signifikan pada setiap variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Berikut ini adalah kriteria pengujian penolakan dan penerimaan pada setiap variabel:

1. Apabila nilai signifikan $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang artinya variabel bebas secara parsial mempengaruhi variabel terikat secara signifikan.
2. Apabila nilai signifikan $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, yang artinya variabel bebas secara parsial tidak mempengaruhi variabel terikat secara signifikan.

Tabel 4.10 Uji t Parsial

Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	.693	.384		1.804	.078
	Tarif	.353	.143	.352	2.474	.017
	Diskon	.206	.146	.201	1.413	.164
a. Dependent Variable: Permintaan						

Sumber: Lampiran 10

Berdasarkan Tabel 4.12, didapat kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel tarif (X1), nilai t sebesar 2.474 dengan signifikansi $0,017 < 0,05$ maka H_0 ditolak, yang artinya tarif (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel permintaan (Y).
2. Variabel diskon (X2), nilai t sebesar 1.413 dengan signifikansi $0,164 > 0,05$ maka H_0 diterima, yang artinya diskon (X2) berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap variabel permintaan (Y).

4.4.3 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) ini digunakan untuk menunjukkan sejauh mana kontribusi variabel bebas dalam menjelaskan variasi dari variabel terikatnya.

Tabel 4.11 Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.474 ^a	.224	.191	.917
a. Predictors: (Constant), Diskon, Tarif				

Sumber: Lampiran 10

Berdasarkan Tabel 4.13, diketahui bahwa koefisien determinasi (R^2) diperoleh sebesar 0,191 yang berarti permintaan dipengaruhi oleh tarif dan diskon sebesar 19,1%, sedangkan sisanya sebesar 80,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengujian dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil uji F didapatkan nilai F hitung sebesar 6.801 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,003 < 0,05$, maka H_0 ditolak, yang artinya variabel tarif (X_1) dan diskon (X_2) secara simultan atau bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap permintaan (Y) ojek online Go-Jek di Kabupaten Gresik.
2. Hasil uji t didapatkan nilai t sebesar 2.474 dengan signifikansi $0,017 < 0,05$ maka H_0 ditolak, yang artinya tarif (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel permintaan (Y).
3. Hasil uji t didapatkan nilai t sebesar 1.413 dengan signifikansi $0,164 > 0,05$ maka H_0 diterima, yang artinya diskon (X_2) berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap variabel permintaan (Y).

SARAN

Berikut ini adalah beberapa saran yang diajukan peneliti dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian, terdapat pengaruh positif namun tidak signifikan antara diskon terhadap permintaan, oleh sebab itu bagi pihak Go-Jek perlu memberikan banyak diskon dengan nominal yang tinggi agar permintaan order dari jasa ojek online Go-Jek semakin naik.
2. Untuk peneliti selanjutnya yang ingin meneliti mengenai permintaan ojek online Go-Jek, dapat menambahkan faktor lain yang belum ditambahkan pada variabel bebas lainnya seperti faktor adanya kendaraan pribadi atau faktor cuaca.
3. Untuk perusahaan Go-Jek diharapkan agar terus meningkatkan performance atau kinerja pelayanan sesuai dengan kebutuhan penumpang/pengguna yang dapat digunakan untuk transportasi berbasis online yang cepat, aman, terjangkau dan sesuai harapan/keinginan agar tetap menjadi pilihan utama bagi para penggunanya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahdiat, A. (2022). Gojek vs Grab, Mana yang Konsumennya Lebih Banyak?. Databoks katadata.
- Badan Pusat Statistik. (2022). Jumlah Penduduk Kabupaten Gresik Menurut Jenis Kelamin (Jiwa), 2021-2022. bps.go.id.
- Dewi, I. (2022). Bawa Duit Lebih, Segini Tarif Ojol yang Berlaku Hari Ini. CNBC Indonesia.
- Elvira. (2015). Teori Permintaan Komparasi Dalam Perspektif Ekonomi Konvensional Dengan Ekonomi Islam. Dalam Jurnal Islamika. Vol. 15.
- Hestanto. (2020). Bisnis Transportasi Online: Pengertian, Tujuan, Manfaat, Mekanisme. Hestanto.web.id
- Himma, F. (2022). Pengertian, Ciri-ciri, dan Contoh Kurva Permintaan. Majoo.id.
- Malhotra, N. K. (2006). Riset Pemasaran: Pendekatan Terapan. Jilid 2. PT. Indeks. Jakarta.
- Rendy, Y. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Terhadap Ojek Online (Studi Kasus pada Go-Jek di Kota Malang). Skripsi. Malang.
- Riadi, M. (2021). Diskon (Pengertian, Tujuan, Jenis, Indikator dan Faktor yang Mempengaruhi). Kajianpustaka.com
- Rofiyandi, Y. (2022). Pengertian Tarif, Tujuan, Jenis, dan Contohnya. Katadata.co.id. Redaksi
- Sekaran, U. (2006). Metode Penelitian Untuk Bisnis. Salemba Empat. Jakarta.
- Shinta, A. (2011). Manajemen Pemasaran. Vol 1. UBpress
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta, Bandung.

Vaula, R. (2020). Analisis Permintaan Transportasi Gojek Online Di Kota Manado. Skripsi. Manado.

Wahyudi, M. E. (2017). Analisis Permintaan Transportasi Ojek Online Di Surabaya (Study Kasus Gojek). Skripsi. Surabaya.

Wijaya, A. (2016). Aspek Hukum Bisnis Transportasi Jalan Online. Sinar Grafika. Jakarta.