ARTIKEL ILMIAH

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERMINTAAN JASA OJEK ONLINE DI KOTA MATARAM

ANALYSIS OF FACTORS AFFECTING THE DEMAND OF ONLINE MOTORBIKE TAXI SERVICE IN MATARAM

Disusun Oleh :

YOGIE PRAKASA
F1A 013 159

JURUSAN TEKNIK SIPIL
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS MATARAM
2018

Artikel Ilmiah

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERMINTAAN JASA OJEK ONLINE DI KOTA MATARAM

Oleh:

Yogie Prakasa
F1A 013 159

Telah diperiksa dan disetujui oleh Tim Pembimbing:

1. Pembimbing Utama

Rohani, ST., MT. Tanggal: 8 November 2018
NIP. 19671231 1995 1 2 001

2. Pembimbing Pendamping

Hasyim, ST., MT. Tanggal: 8 November 2018
NIP. 19651231 199512 1 001

Mengetahui,
Ketua Jurusan Teknik Sipil
Fakultas Teknik
Universitas Mataram

Jauhar Fajrin, ST., MSc.(Eng), PhD.
NIP. 19740607 199802 1 001

Artikel Ilmiah

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERMINTAAN JASA OJEK ONLINE DI KOTA MATARAM

Oleh:

Yogie Prakasa
F1A 013 159

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Pada tanggal 3 November 2018
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat mencapai derajat S-1
Jurusan Teknik Sipil

Susunan Tim Penguji :

1. Penguji I

Ir. I Gede Putu Warka, MT. Tanggal: 13 November 2018
NIP. 19580925 199203 1 001

2. Penguji II

I Wayan Suteja, ST., MT. Tanggal: 8 November 2018
NIP. 19670826 199412 1 001

3. Penguji III

Ratna Yuniarti, ST., MSc(Eng). Tanggal: 13 November 2018
NIP. 19680620 199412 2 001

Mengetahui,
Dekan Fakultas Teknik
Universitas Mataram

Akmaluddin, ST., MSc(Eng)., Ph.D.
NIP. 19681231 199412 1 001

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERMINTAAN JASA OJEK ONLINE DI KOTA MATARAM

Yogie Prakasa[1], Rohani[2], Hasyim[3]
[1]Mahasiswa, [2]Pembimbing Utama, [3]Pembimbing Pendamping
Jurusan Teknik Sipil Fakultas Teknik Universitas Mataram

ABSTRAK

Di Kota Mataram jasa transportasi menjadi sangat penting ketika masyarakat melakukan berbagai aktivitas. Semakin bertambahnya masyarakat Kota Mataram maka semakin pesat perkembangan jasa angkutan. Jasa Ojek Online sebagai salah satu sarana transportasi terbaru yang berkembang di kota Mataram untuk menunjang mobilitas penduduk.

Penelitian ini menggunakan data primer yang didapatkan dari masyarakat Kota Mataram dengan cara membagikan kuesioner di beberapa kawasan di Kota Mataram. Variabel bebas yaitu tarif, jarak, pendapatan, jumlah anggota keluarga dan kepemilikan kendaraan pribadi serta variabel terikat yaitu permintaan jasa ojek online di Kota Mataram. Analisis data menggunakan regresi linear berganda kemudian data diolah dengan menggunakan SPSS 24.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel tarif, variabel pendapatan, variabel jumlah anggota keluarga berkorelasi positif terhadap permintaan jasa ojek online di Kota Mataram, sedangkan variabel jarak dan variabel kepemilikan pribadi berkorelasi negatif. Adapun secara keseluruhan variabel independen bepengaruh sebesar 77.8%, 22.2 % sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata kunci: Tarif, Jarak, Pendapatan, dan Permintaan Ojek Online

A. PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Mataram adalah salah satu kota di Indonesia yang sedang berkembang dengan pesat. Luas wilayah kota Mataram seluruhnya berjumlah kurang lebih 61,30 Km² daratan . Dengan luas tersebut secara otomatis harus ditunjang oleh sarana transportasi yang memadai untuk menunjang mobilitas penduduk, baik untuk melakukan ekonomi maupun aktivitas kehidupan sehari-hari.

Jumlah penduduk Kota Mataram terus mengalami peningkatan setiap tahun. Hal tersebut terlihat dari data yang dilansir Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil. Tahun 2015 jumlah penduduk Kota Mataram berada diangka 450.226 jiwa. Angka tersebut mengalami penambahan sebesar jiwa ditahun 2016 menjadi 459.314 jiwa. Untuk menunjang mobilitas keseharian penduduk yang banyak tersebut maka akan mengakibatkan semakin banyaknya jasa transportasi yang harus disediakan baik yang disediakan oleh pemerintah maupun perseorangan maupun swasta. Jasa transportasi yang disediakan oleh pemerintah belum sepenuhnya menyentuh semua bagian dari Kota Mataram, misalnya sampai pada komplek atau gang dalam kota. Maka bermunculanlah jasa transportasi yang dapat menjangkau misalnya ojek.

Dengan kemajuan teknologi informasi yang ada, muncul transportasi umum yang dapat diakses menggunakan gadget. Berawal dari Jakarta sebagai pencetus ojek online di Indonesia, kini ojek online juga telah marak dikalangan warga kota Mataram. Setiap pengguna transportasi ojek kini dapat menggunakan handphone dengan aplikasi khusus untuk dapat mengakses ojek online.

Ojek online tersebut dirasa sebagai transportasi alternatif karena lebih mudah diakses oleh setiap warga kota Mataram. Mereka tidak perlu lagi berjalan kaki ke pangkalan ojek dan hanya perlu menunggu ojek online menghampiri lokasi tempat mereka berada. Selain itu, aplikasi ojek online memungkinkan calon penumpang berinteraksi dengan pengendara ojek online. Hal tersebut mempermudah calon penumpang untuk memberitahukan lokasi mereka kepada pengendara ojek online. Ojek online juga tidak hanya menerima jasa ojek manusia sebagai objeknya, ojek online juga menawarkan jasa pengantaran barang, seperti pemesanan makan siang untuk diantar maupun hanya untuk mengambilkan barang yang tertinggal untuk kemudian diantarkan sampai kepada pengguna jasa. Kemudahan-kemudahan yang ditawarkan ojek online tersebut membuat para pengguna ojek online meningkat setiap harinya.

Jenis pengangkutan dengan ojek merupakan hal yang tidak asing lagi bagi masyarakat, sehingga masyarakat lebih memilih untuk menggunakan jasa ojek online sehingga ojek pangkalan meresahkan pendapatan yang akan semakin berkurang. Berdasarkan hal tersebut perlu dilakukan penelitian tentang "Analisis Permintaan Jasa Ojek Online di Kota Mataram"

2. Rumusan Masalah

Berdasarkan pembahasan diatas maka masalah utama yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah apakah pendapatan, tarif, jarak dan kepemilikan kendaraan pribadi, berpengaruh terhadap permintaan jasa ojek online di kota Mataram?

3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah maka tujuan penelitian skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui karakteristik pengguna ojek online di Kota Mataram.
2. Untuk mengetahui pengaruh tarif, jarak, pendapatan, jumlah anggota keluarga dan kepemilikan kendaraan pribadi terhadap permintaan jasa ojek online di Kota Mataram secara simultan.
3. Untuk mengetahui pengaruh tarif, jarak, pendapatan, jumlah anggota keluarga dan kepemilikan kendaraan pribadi terhadap permintaan jasa ojek online di Kota Mataram secara parsial.

4. Manfaat Penelitian

Dari penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat, antara lain:

1) Sebagai bahan masukan bagi pemerintah atau pihak-pihak terkait untuk dipertimbangkan dalam pengambil keputusan dan perencanaan penyediaan jasa transportasi yang tepat untuk membangunan kota.

2) Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan yang bermanfaat bagi ilmu pengetahuan khususnya bagi para pembaca yang tertarik untuk meneliti hal yang sama.
3) Sebagai bahan referensi dan pembanding bagi para peneliti lain yang ingin meneliti masalah ini dengan memasukkan determinan atau variabel-variabel lain yang turut mempengaruhi permintaan

5. Batasan Masalah

Penelitian ini membatasi atau memberikan batasan mengenai pokok masalah dan tujuan yang akan diteliti, batasan masalah yang ada menyangkut hal sebagai berikut :

1. Lokasi pada penelitian ini yaitu Kota Mataram
2. Sampel penelitian masyarakat Kota Mataram yang pernah menggunakan jasa ojek online
3. Analisis Regresi (Uji R^2, uji F, dan uji T) menggunakan program aplikasi SPSS 24.
4. Tidak menghitung biaya operasional kendaraan (BOK) ojek online tersebut.
5. Hanya membahas bagaimana pengaruh pendapatan, tarif, jarak dan kepemilikan kendaraan pribadi terhadap permintaan jasa ojek online di kota Mataram.

B. DASAR TEORI

1. Teori Permintaan

Teori permintaan menjelaskan tentang ciri hubungan antara jumlah permintaan dan harga. Dalam ilmu ekonomi, istilah permintaan mempunyai arti tertentu , yaitu selalu menunjukan pada suatu hubungan tertentu antara jumlah suatu barang yang mau dibeli orang dan harga tersebut. Definisi permintaan adalah jumlah dari suatu barang yang mau dan mampu dibeli pada berbagai kemungkinan harga selama jangka waktu tertentu dengan anggapan hal-hal lain tetap sama cateris paribus (Gilarso,2001) dalam (Budiarto, 2013). Sedangkan menurut (Soeharno, 2007) dalam (Budiarto, 2013), permintaan adalah berbagai jumlah (kuantitas) suatau barang dimana konsumen bersedia membayar pada berbagai alternative barang. Manurung dan Prathama (2002) dalam (Budiarto, 2013) menyebutkan bahwa permintaan adalah keinginan konsumen membeli suatu barang pada berbagai tingkat harga selama periode waktu tertentu dan dalam wilayah tertentu. Menurut (Wiratmo, 1994) dalam (Budiarto, 2013), permintaan adalah sebuah daftar atau kurva yang menghubungkan berbagai jumlah yang akan dibeli setiap waktu yang ditentukan pada harga-harga alternative (*caretis paribus*).

2. Pergeseran Kurva Permintaan

suatu barang atau jasa pada dasarnya dipengaruhi beberapa faktor antara lain :

a) Harga dari barang dan jasa itu (price of good)
b) Pendapatan konsumen (the consumers of income)
c) Harga dari barang-baranng atau jasa yang berkaitan (the price of related goods or services)
d) Ekspetasi konsumen yang berkaitan dengan harga barang atau jasa, tingkat pendapatan, dan ketersediaan dari barang

atau jasa itu pada masa mendatang.

e) Selera konsumen (the taste of consumers)
f) Banyaknya konsumen yang potensial (t*he numbers of petensial consumers*)
g) Pengeluaran iklan (*advertising expenditure*)
h) Artribut atau features dari produk tersebut (*feature of attributes o product*)
i) Faktor-faktor spesifik lainnya yang berkaitan dengan permintaan terhadap produk (*other demand related factors specific to product*)

3. Transportasi

Transportasi diartikan sebagai suatu kegiatan pemindahan barang dan manusia dari tempat asal ke tempat tujuan. Sehingga dengan kegiatan tersebut maka terdapat tiga hal yaitu adanya muatan yang diangkut, tersedianya kendaraan sebagai alat angkut, dan terdapatnya jalan yang dapat dilalui. Proses pemindahan dari gerakan tempat asal, dimana kegiatan pengangkutan dimulai dan ke tempat tujuan dimana kegiatan diakhiri. Untuk itu dengan adanya pemindahan barang dan manusia tersebut, maka transportasi merupakan salah satu sektor yang dapat menunjang kegiatan ekonomi (*the promoting sector*) dan pemberi jasa (*the servicing sector*) bagi perkembangan ekonomi (Nasution,1999) dalam (Darmanto, 2014).

Menurut Sukirno (1994) dalam (Budiarto, 2013) dalam suatu masyarakat modern pengangkutan transportasi mempunyai 2 fungsi yaitu :

1) Sebagai alat moda, yaitu mengangkut orang dari rumah ke tempat kerja/tempat usaha
2) Sebagai barang akhir, yaitu memenuhi kebutuhan masyarakat akan jasa pengangkutannya oleh sistem transportasi diberikan sarana angkutan kota guna menunjang aktifitas penduduk dalam kegiatan ekonomi.

4. Perkembangan transportasi

Menurut Wahab (2005) dalam (Budiarto, 2013), banyak Negara berkembang termasuk Indonesia menghadapi permasalahan transportasi dan beberapa diantaranya sudah berada dalam tahap kritis. Permasalahan yang terjadi bukan saja disebabkan oleh terbatasnya sarana dan prasarana yang ada, tetapi juga dengan permasalahan lain seperti pendapatan rendah, urbanisasi yang cepat, terbatasnya sumber daya terutama dana.

5. Sistem Transportasi Secara Umum

Sistem transportasi merupakan gabungan beberapa komponen yang mendukung suatu siklus kegiatan transportasi secara menyeluruh.perubahan pada satu komponen dapat menyebabkan perubahan pada komponen lainnya. Misalnya dalam interaksi sistem tata guna lahan dengan sistem jaringan transportasi, komponen tersebut tidak ada hubungannya tetapi jika salah satu mengalami perubahan hal ini akan berpengaruh kepada komponen lainnya (sistem jaringan dan sistem pergerakan).

6. Aspek yang mempengaruhi kebutuhan transportasi

Beberapa hal yang mempengaruhi kebutuhan transportasi adalah sebagai berikut (Wahab, 2005) dalam (Budiarto, 2013) :

1. Jumlah penduduk Jumlah penduduk mempunyai hubungan langsung secara kuantitas dengan kebutuhan pergerakan. Semakin banyak kebutuhan pergerakan manusia maupun barang maka akan semkain banyak pula penggunaan sepeda motor dan mobil sebagai moda transportasi darat.
2. Strata penduduk (usia dan jenis kelamin) Dilihat dari sisi usia, anak-anak, remaja, pekerja, penganggur, orang tua dan orang cacat mempunyai tingkat permintaan pergerakan yang tidak sama. Demikian juga dengan perbedaan jenis kelamin akan menyababkan kebutuhan terhadap pergerakan berbeda pula.
3. Jumlah keluarga Jumlah keluarga dalam satu rumah juga akan berpengaruh secara langsung akan kebutuhan pergerakan. Semakin banyak jumlah anggota keluarga makan akan semakain banyak pula penggunaan sepeda motor dan mobil sebagai alternative transportasi darat.
4. Pendapatan Jumlah pendapatan kadang juga terkait secara linier dengan jumlah permintaan pergerakan. Semakin besar pendapatan maka permintaan pergerakan juga akan cenderung meningkat.
5. Status social dan ekonomi kepala keluarga Status sosial dan ekonomi keluarga juga dapat dianggap berkaitan dengan permintaan pergerakan. Semakin tinggi status ekonomi kepala keluarga secara tidak langsung akan semakin besar keinginan untuk pemenuhan kebutuhan akan pergerakan.

7. Pengertian ojek online

Ojek online merupakan angkutan umum yang sama dengan ojek pada umumnya, yang menggunakan sepeda motor sebagai sarana pengangkutan namun ojek online dapat dikatakan lebih maju karena telah terintegrasi dengan kemajuan teknologi. Ojek online merupakan ojek sepeda motor yang menggunakan teknologi dengan memanfaatkan aplikasi pada smartphone yang memudahkan pengguna jasa untuk memanggil pengemudi ojek.

8. Syarat operasional ojek online

Pengemudi ojek online yang akan bergabung harus mendaftarkan diri di perusahaan baik cabang maupun pusat. Perusahaan ojek online menerapkan beberapa syarat yang harus dipenuhi para calon pengemudi ojek online, secara umum sebagai berikut :

a. Sehat jasmani dan rohani
b. Telah memiliki Surat Ijin Mengemudi kendaraan bermotor khususnya sepeda motor (SIM C)
c. Memiliki Kartu Tanda Penduduk (KTP)
d. Menyerahkan surat keterangan domisili (apabila tempat tinggal berbeda dengan yang tercantum pada KTP)
e. Menyerahkan fotocopy STNK sepeda motor yang akan digunakan
f. Sepeda motor dalam keadaan layak jalan

g. Umur maksimal 50 tahun (setiap perusahaan memiliki syarat maksimal yang berbeda namun rata-rata adalah 50 tahun)
h. Menyetorkan sejumlah uang (masing-masing perusahaan berbeda jumlah, rata-rata adalah Rp. 100.000,-)
i. Paham menggunakan ponsel berbasis android
j. Siap melayani, mengantar orang dan/atau barang di wilayahnya
k. Memiliki pemahaman rute perjalanan di wilayah tempat beroperasinya
l. Setuju dengan sisttem pembagian bagi hasil antara perusahaan dan pengemudi
m. Memberikan salah satu dokumen sebagai jaminan (BPKB sepeda motor, kartu keluarga, ijazah pendidikan terakhir, atau buku nikah)
n. Wajib hadir pada saat wawancara. Setelah seluruh persyaratan dipenuhi oleh calon pengemudi ojek online dan dinyatakan diterima sebagai mitra
o. dalam perusahaan ojek online, kemudian perusahaan tersebut wajib memberikan
p. kelengkapan antara lain, jaket yang akan digunakan pengemudi ojek online selama
q. beroperasi, 2 (dua) buah helm yang salah satunya diperuntukkan untuk pengguna
r. jasa ojek online, dan perusahaan juga memberikan smartphone berbasis android
s. yang di dalamnya telah dilengkapi dengan aplikasi dan langsung terhubung ke
t. perusahaan, dengan demikian kerjasama antara pihak perusahaan dan pengemudi
u. ojek online dapat terjalin dengan baik.

9. Pengertian Regresi

Pengertian regresi secara umum adalah sebuah alat statistik yang memberikan penjelasan tentang pola hubungan (model) antara dua variabel atau lebih. Dalam analisis regresi dikenal dua jenis variabel yaitu :

1. Variabel respon disebut juga variabel dependen yaitu variabel yang keberadaannya dipengaruhi oleh variabel lainnya (terikat) dan dinotasikan dengan Y. Dalam kasus ini yang menjadi variabel Y ada adalah permintaan ojek online
2. Variabel predikator disebut juga dengan variabel independen yaitu variabel yang tidak dipengaruhi variabel lainnya (bebas) dan di notasikan dengan X.
   Dalam kasus ini yang menjadi variabel X adalah :
   a. Tarif
   b. Jarak
   c. Pendapatan
   d. Jumlah anggota keluarga
   e. Jumlah kepemilikan kendaraan pribadi

10. Jenis-jenis Regresi

1. Analisis Regresi Linier Seherdana
2. Alisis Regresi Non-Linier
   a) Regresi Logaritmik
   b) Regresi Power
   c) Regresi Eksponensial
3. Analisis Regresi Linier Berganda

11. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara atau kesimpulan semnetara terhadap permasalahan

yang menjadi objek penelitian, yang kebenarannya masih perlu dibuktikan atau diuji secara empiris. Berdasarkan kerangka pikir di atas, maka dapat dikemukakan hipotesis penelitian adalah sebagai berikut:

1. Diduga bahwa hubungan antara tarif dengan permintaan jasa transportasi ojek online adalah berkorelasi negatif, artinya apabila tarif mengalami kenaikan maka permintaan akan jasa transportasi ojek online akan mengalami penurunan.
2. Diduga bahwa hubungan jarak dengan permintaan jasa transportasi penyeberangan adalah berkorelasi positif, artinya apabila terjadi peningkatan pada jarak yang akan ditempuh maka permintaan pada jasa transportasi ojek online akan mengalami kenaikan.
3. Diduga bahwa hubungan antara pendapatan penumpang dengan jasa transportasi ojek online adalah berkorelasi positif, artinya apabila terjadi peningkatan pendapatan maka permintaan pada jasa transportasi ojek online akan mengalami kenaikan.
4. Diduga bahwa hubungan antara jumlah anggota keluarga dengan permintaan jasa transportasi ojek online adalah berkorelasi positif, artinya apabila terjadi peningkatan jumlah anggota keluarga maka permintaan jasa transportasi ojek online akan mengalami kenaikan.
5. Diduga bahwa hubungan antara jumlah kepemilikan kendaraan pribadi dengan permintaan jasa transportasi ojek online adalah berkorelasi negatif, artinya apabila terjadi peningkatan jumlah kepemilikan kendaraan pribadi maka permintaan jasa transportasi ojek online akan penurunan.

C. Metode Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Dalam hal ini kegiatan penelitian ini dilakukan di Kota Mataram, Provinsi Nusa Tenggara Barat.

2. Pelaksanaan Survey

a. Peralatan

Adapun peralatan yang digunakan dalam penelitan ini yaitu alat tulis dan formulir survey, yang nantinya di lapangan digunakan surveyor untuk mendapatkan data-data seperti jarak, tarif, pendapatan, jumlah anggota keluarga dan kepemilikan kendaraan pribadi serta jumlah permintaan.

b. Waktu dan Tempat Survey

Untuk mendapatkan sampel data sebesar 400 sampel, survey dilaksanakan dalam interval waktu 1 sampai dengan 2 bulan, dengan lokasi survey dilakukan di kota mataram dengan sampel masyarakat kota Mataram yang pernah menggunakan ojek online.

3. Cara Pelaksanaan Survey

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan 5 orang surveyor yang disebar di beberapa titik kawasan di kota Mataram seperti kawasan sekolah, kawasan perdagangan, kawasan perkantoran dan kawasan lainnya yang kemungkinan penggunaan ojek onlinenya tinggi. Sebelum memberikan kuisioner kepada responden, surveyor harus menanyakan terlebih dahulu

apakah responden tersebut pernah menggunakan ojek atau tidak, jika pernah maka surveyor memberikan lembaran kuisoner tersebut kepada responden serta mendampingi dan membimbing responden dalam menjawab kuisioner tersebut.

4. Defenisi Operasioanal Variabel

1.Permintaan jasa ojek (Y)

Berapa kali penggunaan yang dilakukan pengguna jasa ojek (konsumen) pada 1 bulan terakhir.

2. Tarif atau Harga (X1)

Tarif atau harga merupakan harga atas jasa transportasi yang harus dibayar oleh responden dalam menggunakan jasa ojek dalam satu kali perjalanan di Kota Mataram yang dinyatakan dalam satuan rupiah per satu kali perjalanan.

3. Jarak (X2)

Jarak adalah seberapa jauh perjalan yang akan ditempuh, dalam hal ini di ukur dalam satuan kilometer (km).

5. Pendapatan (X3)

Pendapatan merupakan keseluruhan jumlah penerimaan responden selaku pengguna jasa ojek kota Mataram dalam sebulan yang dinyatakan dalam satuan rupiah per bulan.

6. Jumlah Anggota keluarga (X4)

Jumlah keluarga adalah jumlah individu yang menjadi tanggungan kepala keluarga yang berada dalam satu rumah tangga atau keluarga..

7. Kepemilikan kendaraan pribadi (X5)

Kepemilikan kendaraan pribadi adalah variable dummy yang dinyatakan berdasarkan Ya atau Tidak. Ya berarti responden memiliki kendaraan pribadi yang dan dihitung dalam bentuk dummy yaitu 1. Tidak berarti responden tidak memiliki kendaraan pribadi dan dihitung dalam bentuk dummy yaitu 0.

5. Metode Pengumpulan Data

Untuk mengumpulkan data yang dibutuhkan dalam penelitian ini, makadigunakan dua metode, yakni:

1. Penelitian Kepustakaan (Library Research)
2. Penelitian Lapangan (Field Research)

6.Metode Penarikan Sampel

1. Populasi penelitian
2. Sampel Penelitian

Untuk menentukan besarnya sampel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan model rumus Slovin (Umar, 2000) :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana :

N = jumlah sampel

n = jumlah populasi

e = error (% yang dapat ditoleransi terhadap ketidak tepatan penggunaan sampel sebagai pengganti populasi).

Kota Mataram memiliki populasi sebesar 459.314 jiwa

$$n = \frac{459.314}{(1+459.314x0,5^2)}$$

= 399,652

(dibulatkan 400)

7.Analisis Data

a.Analisis Regresi

Metode analisis yang dipergunakan adalah model ekonometrika dengan menggunakan

perhitungan secara regresi linier berganda yaitu :

$$Y' = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \ldots + b_nX_n$$

Dimana :

Y = Permintaan ojek online
X1 = Tarif
X2 = Jarak
X3 = Pendapatan
X4=Jumlah anggota keluarga
X5=Jumlah kendaraan pribadi
a = Nilai konstanta
b = Nilai koefisien regeresi

b. Koefisien Determinasi (R2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen.

c. Uji Pengaruh Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah secara simultan koefisien variabel bebas mempunyai pengaruh nyata atau tidak terhadap variabel terikat.

d. Uji Parsial (Uji T)

Uji T pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen.

8. Cara Analisa Data

1. Melakukan survey lapangan untuk melakukan wawancara langsung dengan para responden dan pihak-pihak lain yang mengetahui informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini.
2. Melakukan perekapan data-data kuisioner responden seperti tarif, jarak, pendapatan, jumlah anggota keluarga, dan kepemilikan kendaraan pribadi.
3. Untuk mengetahui model matematik permintaan ojek online dapat dihitung dengan analisis Linier Berganda. Dengan permintaan ojek online sebagai variabel terikat dan Tarif, jarak, pendapatan, jumlah anggota keluarga, serta kepemilikan kendaraan pribadi variabel bebas.
4. Input dan pengolahan data responden dilakukan dengan bantuan program *Microsoft Excel 2007*. Sedangkan sementara untuk input dan pengolahan data untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat digunakan aplikasi *SPSS 24 For windows.*

D. Hasil dan Pembahasan

Tabel 4.13 Hasil analisa regresi linier

```
REGRESSION
  /MISSING LISTWISE
  /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA
  /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
  /NOORIGIN
  /DEPENDENT Y
  /METHOD=ENTER X1 X2 X3 X4 X5.
```

Sumber :Data primer setelah diolah, 2018

Tabel 4.14 Varibles Entered/Removed

Variables Entered/Removed[a]

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kepemilikan Kendaraan Pribadi (X5), Tarif (X1), Jumlah Anggota Keluarga (X4), Pendapatan (X3), Jarak (X2)[b]	.	Enter

a. Dependent Variable: Permintaan Jasa Ojek Online (Y)

b. All requested variables entered.

Sumber :Data primer setelah diolah, 2018

Tabel 4.15 Model Summary

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.882[a]	.778	.775	2.12087

a. Predictors: (Constant), Kepemilikan Kendaraan Pribad, Tarif, Jumlah Anggota Keluarga, Pendapatan, Jarak

Sumber :Data primer setelah diolah, 2018

Tabel 4.16 Uji Anova

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	6200.689	5	1240.138	275.703	.000[b]
	Residual	1772.249	394	4.498		
	Total	7972.938	399			

a. Dependent Variable: Permintaan Jasa Ojek Online

b. Predictors: (Constant), Kepemilikan Kendaraan Pribad, Tarif, Jumlah Anggota Keluarga, Pendapatan, Jarak

Sumber :Data primer setelah diolah, 2018

Tabel 4.17 Coefficients

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-35.817	1.916		-18.694	.000
	Tarif	4.359	.125	.957	34.897	.000
	Jarak	-.817	.043	-.506	-18.990	.000
	Pendapatan	.034	.125	.007	.269	.788
	Jumlah Anggota Keluarga	.201	.086	.057	2.350	.019
	Kepemilikan Kendaraan Pribad	-1.660	.419	-.095	-3.959	.000

a. Dependent Variable: Permintaan Jasa Ojek Online

Sumber :Data primer setelah diolah, 2018

Y = 0 + (0.957X1) + (-0,506X2) + (0.007X3) + (0,057X4) + (-0.95X5)

Nilai konstanta dari persamaan diatas adalah 0 apabila tarif, jarak, pendapatan, jumlah anggota keluarga, dan kepemilikan kendaraan pribadi bernilai konstan (sama dengan nol) maka permintaan jasa transportasi ojek online sebesar 0 kali dalam sebulan, atau dengan kata lain tidak ada permintaan dalam satu bulan.

1. Hasil Uji Keseluruhan (F-Test)

Uji ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independent secara signifikan terhadap variabel dependen. Di mana jika nilai Sig < 0,05 , maka variabel independen secara bersama-sama dapat menerangkan pengaruhnya terhadap variable dependen. Sebaliknya jika nilai Sig > 0,05 , maka variable independen secara bersama-sama tidak memiliki pengaruh terhadap variabel dependen (tidak signifikan) dengan kata lain perubahan yang terjadi padavariabel terikat tidak dapat dijelaskan oleh perubahan variabel independen.

Dari hasil regresi tabel 4.16, pengaruh variabel pengaruh tarif (X1), jarak (X2), pendapatan (X3), jumlah anggota (X4) dan kepemilikan kendaraan pribadi (X5) terhadap permintaan jasa ojek online (Y) di Kota Mataram, diperoleh nilai Sig sebesar 0,000 < 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa variable independen (nilai Sig < 0,05), artinya variabel tarif, jarak, pendapatan, jumlah anggota keluarga dan kepemilikan kendaraan pribadi mampu menjelaskan variasi permintaan jasa ojek online di Kota Mataram.

2. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variable dependent. Nilai koefisien determinasi antara nol dan satu. Nilai R2 yang terkecil berarti kemampuan variabel-variabel independent dalam menjelaskan variasi variable dependent amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variable-variabel independent memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependent.

Dari hasil regresi pengaruh variabel pengaruh tarif (X1), jarak (X2), pendapatan (X3), jumlah anggota (X4) dan kepemilikan kendaraan pribadi (X5) terhadap pengguna jasa ojek online di kota Mataram diperoleh R^2 dengan nilai sebesar 0.707 (pada tabel 4.15 modell summary). Hal ini berarti variasi variabel independen (bebas) yaitu, tarif (X1), jarak (X2), pendapatan (X3), jumlah anggota (X4) dan kepemilikan kendaraan pribadi (X5) terhadap permintaan

jasa ojek online (Y) di kota Mataram sebesar 77,8%. Adapun sisanya variasi variabel yang lain dijelaskan diluar model sebesar 22,2%

3. Hasil Uji Parsial (T-Test)

Uji T pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh masing-masing variable independent secara parsial dalam menerangkan variasi variabel dependent. Pengaruh variabel-variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial.

Hasil estimasi untuk variabel tarif (X1) diperoleh nilai T-hitung sebesar 34,897 dengan signifikasi *T* sebesar 0,001 dengan menggunakan signifikasi (α) 5% dan df (*degree of freedom)* sebesar 400, maka diperoleh nilai t-tabel sebesar 1,6478 Maka diperoleh T-hitung (34,897) > T-tabel (1,6487) menunjukkan bahwa tarif berpengaruh terhadap permintaanan jasa ojek online di Kota Mataram dengan tingkat kepercayaan sebesar 95%. Nilai T positif menunjukkan bahwa variabel tarif (X2) mempunyai hubungan yang searah dengan variabel (Y).

Hasil estimasi untuk variabel jarak (X2) diperoleh nilai t-hitung sebesar -18,990 dengan signifikasi *T* sebesar 0,000 dengan menggunakan signifikasi (α) 5% dan df (*degree of freedom)* sebesar 400, maka diperoleh nilai T-tabel sebesar 1,6478. Maka diperoleh t-hitung (18,990) > T-tabel (1,6487) menunjukkan bahwa jarak berpengaruh terhadap permintaanan jasa ojek online di Kota Mataram dengan tingkat kepercayaan sebesar 95%. Nilai t negatif menunjukkan bahwa variabel jarak (X2) mempunyai hubungan yang berlawanan arah dengan variabel (Y).

Hasil estimasi untuk variabel pendapatan (X3) diperoleh nilai T-hitung sebesar 0,269 dengan signifikasi T sebesar 0,788 dengan menggunakan signifikasi (α) 5% dan df (*degree of freedom)* sebesar 400, maka diperoleh nilai T-tabel sebesar 1,6478. Sehingga T-hitung (0,269) < T-tabel (1,6487) menunjukkan bahwa pendapatan tidak berpengaruh terhadap permintaan jasa ojek online di Kota Mataram dengan tingkat kepercayaan 95%. Nilai T positif menunjukkan bahwa variabel pendapatan (X3) mempunyai hubungan yang searah dengan variabel (Y).

Hasil estimasi untuk variabel jumlah anggota keluarga (X4) diperoleh T-hitung sebesar 2.350 dengan signifikasi T sebesar 0,19 dengan menggunakan signifikasi(α) 5% dan df (*degree of freedom)* sebesar 400, maka diperoleh nilai T-tabel sebesar 1,6478. Sehingga T-hitung (2.350) > T-tabel (1,6487) menunjukkan bahwa jumlah anggota keluarga berpengaruh terhadap permintaan jasa Ojek online di Kota Mataram dengan tingkat kepercayaan 95%. Nilai T positif menunjukkan bahwa variabel jumlah anggota keluarga (X4) mempunyai hubungan yang searah dengan variabel (Y).

Hasil estimasi untuk variabel kepemilikan kendaraan pribadi (X5) diperoleh T-hitung sebesar -3,959 dengan signifikasi T sebesar 0,584 dengan menggunakan signifikasi(α) 5% dan df (*degree of freedom)* sebesar 400, maka diperoleh nilai T-tabel sebesar 1,6478. Sehingga T-hitung (3,959) > T-tabel (1,6487)

menunjukkan bahwa jumlah anggota keluarga berpengaruh terhadap permintaan jasa Ojek online di Kota Mataram dengan tingkat kepercayaan 95%. Nilai T negatif menunjukkan bahwa variabel kepemilikan kendaraan pribadi (X5) mempunyai hubungan yang berlawanan arah dengan variabel (Y).

4. Interpretasi Hasil

a. Tarif (X1)

Berdasarkan dari tabel 4.19 diketahui bahwa tarif memiliki pengaruh yang berkorelasi positif terhadap permintaan jasa ojek online. Hal tersebut dilihat dari nilai t-hitung tarif sebesar 34,897, artinya apabila terjadi peningkatan pada tarif maka permintaan jasa ojek online mengalami kenaikan. Hal tersebut tidak sesuai dengan teori permintaan yang menyatakan bahwa apabila harga mengalami kenaikan maka permintaan cenderung menurun begitupun sebaliknya. Hal ini disebabkan karna berdasarkan wawancara dilapangan dengan responden, tarif ojek online saat ini memang terbilang masih sangat murah. Oleh sebab itu jika biaya yang dikeluarkan dalam perjalanan menggunakan ojek online mengalami kenaikan, konsumen memilih menggunakan ojek online sebagai pilihan jasa transportasi karena tarifnya masih terbilang sangat murah dan lebih mudah diakses dibandingkan jasa angkutan yang lainnya.

b. Jarak (X2)

Berdasarkan dari tabel 4.19 diketahui bahwa jarak memiliki pengaruh yang berkorelasi negative terhadap permintaan jasa ojek online. Hal tersebut dilihat dari nilai t-hitung jarak sebesar -18.990, artinya apabila terjadi peningkatan pada jarak maka permintaan jasa ojek online mengalami penurunan. Untuk keadaan di lapangan sendiri jarak yang relatif dekat dengan kisaran (0-5km) lebih banyak melakukan permintaan jasa ojek online. Akan tatapi tidak selamanya jarak mempengaruhi permintaan jasa ojek online, karena meskipun jarak tempuh jauh biasanya pengguna jasa ojek online akan tetap menggunakan jasa ojek online tersebut, hal ini sesuai dengan hasil wawancara yang dilakukan terhadap responden. Sebab salah satu kelebihan dari ojek online, ojek sudah mudah di akses dimanapun karna ketersediaan drivernya sudah mencapai luar kota mataram.

c. Pendapatan (X3)

Berdasarkan tabel 4.19, diketahui bahwa pendapatan memiliki pengaruh yang berkorelasi positif terhadap permintaan jasa ojek online. Hal tersebut dilihat dari nilai t-hitung pendapatan sebesar 0.269, artinya apabila terjadi peningkatan pada pendapatan maka permintaan jasa ojek online mengalami kenaikan. Hal tersebut sesuai dengan teori permintaan yang menyatakan bahwa apabila tingkat pendapatan pemakai jasa transportasi makin meningkat, maka permintaan jasa transportasi makin meningkat pula, karena kebutuhan melakukan perjalanan makin meningkat. Jika melihat pada kecendrungan yang ada di lapangan bahwa masyarakat yang memliki pendapatan tinggi tidak ingin susah mencari akses ojek konvensional. Mereka lebih memilih untuk menggunakan angkutan lainnya yang lebih efektif dan tidak harus bersusah payah menunggu atau

mencari pangkalan ojek konfensional terlebih dahulu.

d. Jumlah anggota keluarga (X4)

Berdasarkan pada tabel 4.19, diketahui bahwa jumlah anggota keluarga memiliki pengaruh yang berkorelasi positif terhadap permintaan jasa ojek online. Hal tersebut dilihat dari nilai t-hitung jumlah anggota keluarga sebesar 2,350, artinya apabila terjadi peningkatan pada jumlah anggota keluarga maka permintaan jasa ojek online mengalami kenaikan terhadap permintaan jasa ojek online selama satu bulan terakhir. Hal ini sesusai dengan teori permintaan yang menyatakan bahwa semakin banyak jumlah anggota keluarga makan akan semakin banyak pula penggunaan sepeda motor dan mobil sebagai alternative transportasi darat. Jumlah keluarga memiliki hubungan dengan kebutuhan transportasi (Wahab, 2005). Jika melihat keadaan di lapangan jumlah anggota keluarga masing-masing responden yang berjumlah 1 sampai dengan 9 mengalami peningkatan jumlah permintaan jasa ojek online di Kota Mataram. Bisa dilihat pada tabel 4.12 Distribusi Responden Berdasarkan Jumlah Anggota Keluarga dan Permintaan jasa ojek online di kota Mataram.

e. Kepemilikan kendaraan pribadi (X5)

Berdasarkan pada tabel 4.18, kepemilikan kendaraan pribadi mempunyai pengaruh yang negatif terhadap permintaan jasa ojek online selama satu bulan terakhir. Hal tersebut dapat dilihat dari T hitungnya yang bernilai sebesar -3,959. Artinya apabila terjadi peningkatan pada jumlah kepemilikan kendaraan pribadi maka permintaan jasa ojek online mengalami penurunan. Hal ini sesuai dengan teori yang menyatakan apabila masyarakat banyak menggunakan angkutan atau kendaraan pribadi, maka permintaan terhadap jasa angkutan umum akan menurun, dan demikian sebaliknya.

Apabila melihat kondisi di lapangan lapangan masyarakat yang memiliki kendaraan pribadi, memiliki lebih banyak pilihan angkutan. Namun, umumnya kendaraan pribadi menjadi pilihan utama dalam melakukan perjalanan. Karna salah satu alasan utama dibalik rendahnya penggunaan tranportasi publik seperti angkutan kota ialah adanya ketergantungan dalam menggunakan kendaraan pribadi. Hal tersebut sangat rasional sebab kendaraan pribadi dianggap lebih efektif dibanding menggunakan sarana transportasi ojek online.

E. Kesimpulan Dan Saran

1. Kesimpulan

1. Karakteristik pengguna ojek online di kota mataram berdasarkan jenis kelamin lebih banyak perempuan dengan nilai sebesar 58%, sementara kelompok umur 19-24 sebesar 71,5%, berdasarkan jenis pekerjaan penguna ojek online di kota Mataram lebih banyak mahasiswa dengan nilai sebesar 59,5%. Berdasarkan pendapatan pengguna dengan pendapatan Rp 100000 – Rp 800000 sebesar 57,75%. Serta berdasarkan status menikah, pengguna ojek online di dominasi oleh yang belum menikah dengan nilai sebesar 86%.

2. Permintaan jasa ojek online di Kota Mataram dipengaruhi oleh faktor pendapatan, tarif, jarak dan kepemilikan kendaraan pribadi dimana besaran dari keseluruhan faktor tersebut adalah 77,8% dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam model regresi. Memiliki keeratan variabel independent dan dependen kuat dengan nilai R sebesar 0,88. Keseluruhan variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi permintaan jasa ojek online. Hal ini di tandai dengan nilai probabilitas uji Flebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05, dimana nilai dari probabilitas tersebut adalah sebesar 0,00.

3) Variabel tarif, variabel pendapatan, variabel jumlah anggota keluarga berkorelasi positif dengan nilai T hitung masing-masing sebesar 34,897 , 0.269 , 2,350. Sedangkan variabel jarak dan variabel kepemilikan pribadi berkorelasi negative dengan nilai T hitung masing-masing sebesar -18,990 dan -3,959.

2. Saran

1. Diharapkan kepada perusahaan agar dapat memberi rute dan pembagian wilayah jangkauan yang sesuai dengan rute yang di butuhkan oleh konsumen pengguna jasa ojek online.
2. Diharapkan pemerintah kota Mataram dapat menunjang regulasi dalam mengatur penyediaan jasa transportasi , yakni degan azas keadilan karena masih banyaknya jasa transportasi lainnya misalnya ojek konvensional, angkutan kota dan sebagainya
3. Berkaitan dengan variabel dan metode yang digunakan perlu dikaji lagi pengukurannya terutama untuk variabel pendapatan, tarif, jarak, dan kepemilikan kendaraan pribadi. Baiknya pula perlu dipertimbangkan faktor – faktor lain diluar dari faktor – faktor yang dianalisis pada penelitian ini.

Daftar Pustaka

Badan Pusat Statistik Kota Mataram , 2017. Kota Mataram Dalam Angka 2017. Mataram : Badan Pusat Statistik

Budiarto, A. 2013. Analisis faktor-faktor yang Mempengaruhi Permintaan Sepeda Motor di Kota Semarang. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro, Semarang.

Darmanto, A. 2014. Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Jasa Transportasi Penyeberangan antar Pulau di Kota Raha. Skripsi tidak publikasikan. Makassar, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin.

Husein U. 2000. Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis. Jakarta, Raja Grafindo Persada.

Islam, A.K. 2013. Analisis Faktor - Faktor Penentu Pemilihan Kendaraanm Pegawai Di Kota Makassar. Skripsi tidak dipublikasikan.Fakultas Ekonomi. Makassar, Universitas Hasanuddin.

Karissa, C.H. 2011. Analisis Permintaan Jasa Kereta Api: Studi Kasus Kereta Api Eksekutif Harlina trex Semarang-Bandung dan Kereta Api Eksekutif Argo Muria trex Semarang-Jakarta. Semarang, Universitas Diponegoro.

Morlok, E.K, 1984. Pengantar Teknik dan Perencanaan Transportasi. Jakarta, Erlangga.

Muchta, A. 2018. Syarat Jadi Driver (Ternyata Mudah). (https://www.autoexpose.org/2018/02/syarat-driver)

Mutaqdir, A. 2016. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Jasa Angkutan Kota di Kabupaten Pankgkep. Makassar. Universitas Hasanudin.

Priyatno, D. 2011. Buku Saku Analisis Statistik Data dengan SPSS. Yogyakarta. Mediakom.

Rossita. 2001. Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan terhadap mobil bekas di kotamadya medan. Skripsi tidak dipublikasikan. Medan, Universitas Sumatera Utara.

Santoso, S.2015. Menguasai SPSS 22. Jakarta, Gramedia.

Sugiyono . 2013. Statistika Untuk Penelitian. Bandung Alfabeta.

Suharno T.S. 2006. Teori Mikroekonomi. Surakarta, Andi.

Tamin, O.Z. 2000. Perencanaan dan Pemodelan Transportasi, Edisi kedua, Bandung, Institut Teknologi Bandung.

Undang-Undang Republik Indonesia No 22 Tahun 2009 Tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalam.

Undiyatami, E.A. 2017. Model Kebutuhan Parkir Pada Hotel Aston Inn Mataram. Mataram, Universitas Mataram.

Wijaya, T. 2015. Cepat Menguasai SPSS 19.Yogyakarta, Cahaya Atma.