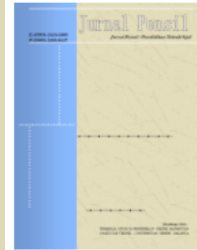


Available online at: <http://journal.unj.ac.id>

Jurnal  
Pensil

Pendidikan Teknik Sipil

Journal homepage: <http://journal.unj.ac.id/unj/index.php/jpensil/index>



## PROFIL PENGGUNA, TUJUAN PERJALANAN, DAN FAKTOR PENDORONG PENGGUNAAN OJEK *ONLINE* DI YOGYAKARTA

### *USER PROFILE, TRIP DESTINATION, AND ENCOURAGEMENT FACTORS FOR USING OJEK ONLINE IN YOGYAKARTA*

Muhammad Iqbal Habibi Kamal<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Universitas Gadjah Mada

<sup>1</sup>[iqbalhaka@mail.ugm.ac.id](mailto:iqbalhaka@mail.ugm.ac.id)

#### Abstrak

Fenomena peningkatan jumlah pengguna ojek *online* dari tahun ke tahun memunculkan hipotesis bahwa jasa transportasi paratransit ini paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia pada umumnya. Beberapa penelitian mengungkapkan karakteristik pengguna ojek *online* adalah lebih muda, berpendidikan tinggi, dan berpenghasilan relatif lebih tinggi. Area Kota Yogyakarta merupakan kota pendidikan yang memiliki kesamaan karakteristik warga, seperti yang telah disebutkan sebelumnya. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan sosio-demografi, tujuan perjalanan, dan faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan ojek *online* di area Yogyakarta. Metode pengumpulan data adalah wawancara *online* dengan kuesioner *online*. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif untuk menggali karakter pengguna ojek *online*, tujuan perjalanan, dan faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan ojek *online* berbasis sepeda motor. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perempuan, muda, berpendidikan lebih berpotensi untuk menggunakan ojek *online*. Destinasi yang paling disukai menggunakan ojek *online* adalah bandara/stasiun. Di sisi lain, perilaku ramah pengemudi menjadi faktor yang paling disukai pengguna ojek *online* di Yogyakarta.

**Kata kunci:** Ojek *Online*, Profil Pengguna, Tujuan Perjalanan, Analisis Deskripsi.

#### Abstract

*The phenomenon of the increasing number of motorcycle-based ride-hailing (MBRH) users from year to year raises the hypothesis that this paratransit transportation service is the most common use by the Indonesian people in general. A few studies revealed that the characteristics of the ride-hailing user are younger, highly educated, and relatively higher income. Yogyakarta City Area (YCA) is a city of education that has a similar citizen characteristic, as mentioned before. This study aims to describe socio-demography, trip destination, and factors that affected to use of MBRH in YCA. The data collecting method is online interviews with an online questioner. This study uses a descriptive analysis method to explore the character of*

P-ISSN: [2301-8437](#)

E-ISSN: [2623-1085](#)

#### ARTICLE HISTORY

Accepted:  
30 November 2020

Revision:  
17 Januari 2021

Published:  
31 Mei 2021

ARTICLE DOI:

[10.21009/jpensil.v10i2.18264](https://doi.org/10.21009/jpensil.v10i2.18264)



Jurnal Pensil :  
Pendidikan Teknik  
Sipil is licensed under a  
[Creative Commons  
Attribution-ShareAlike  
4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)  
(CC BY-SA 4.0).

*the ride-hailing user, trip destination, and factors that are affected using motorcycle-based ride-hailing. The result of this study showed that women, younger, and educated people are more potential to use MBRH. The most favorable destination using MBRH is the airport/station. On the other side, driver-friendly behavior is the most preferred factor for MBRH users in Yogyakarta.*

**Keywords:** *Motorcycle-Based Ride-Hailing, Socio Demography, Trip Destination, Descriptive Analysis*

## Pendahuluan

Jumlah pengguna ojek *online* terus meningkat setiap tahunnya. Andriani (2019) menyebutkan bahwa per semester 1/2019, sejak diluncurkan pada tahun 2015 aplikasi dan ekosistem Gojek telah diunduh oleh lebih dari 155 juta pengguna, dengan lebih dari 2 juta mitra pengemudi, hampir 400.000 mitra *merchants*, dan lebih dari 60.000 penyedia layanan di Asia Tenggara. Metcalfe (2012) dan Silver (2015) menyebutkan bahwa fenomena ini menggeser banyak hal dalam tatanan transportasi perkotaan. Perkembangan pesat pada pelayanan transportasi *online* juga diprediksikan dapat mengubah perilaku perjalanan masyarakat. Beberapa penelitian menyebutkan bahwa tingginya permintaan perjalanan menggunakan transportasi *online* dapat berpotensi mengurangi penggunaan kendaraan pribadi dan kepemilikan kendaraan.

Beberapa studi mengemukakan karakteristik pengguna transportasi *online* yaitu orang-orang yang relatif muda, terpelajar dan berfinansial cukup (Clewlow & Mishra, 2017; Dias dkk, 2019; Conway dkk, 2018; Grahn dkk, 2020; Sikder, 2019; Young & Farber, 2019). Sedangkan di Cina, Tang dkk (2020) mengemukakan bahwa 53% data sampelnya yang merupakan pengguna Didi tidak memiliki pendidikan tinggi. Irawan, dkk (2020) menemukan bahwa faktor usia dan jenis kelamin tidak mempengaruhi penggunaan ojek *online*, faktor pendapatan berpengaruh positif pada penggunaan ojek *online*, tingkat pendidikan

berpengaruh negatif pada penggunaan ojek *online* di Jakarta.

Mengutip beberapa referensi tersebut, secara garis besar pengguna transportasi *online* ialah mereka penduduk berusia muda, berpendidikan serta baik dalam finansial. Studi ini akan mengeksplorasi pengaruh karakteristik penggunaan ojek *online* dengan studi kasus di Yogyakarta. Penentuan studi kasus di Yogyakarta dikarenakan Kawasan Perkotaan Yogyakarta (KPY) memiliki kemiripan karakteristik seperti yang disebutkan. Sebanyak 110 perguruan tinggi yang terletak di KPY (Badan Pusat Statistik, 2019) menimbulkan adanya potensi pertambahan penduduk mahasiswa yang memiliki karakteristik berusia muda, berpendidikan dan berfinansial cukup.

Berdasarkan beberapa referensi tersebut, studi ini bertujuan untuk mengeksplor dengan menggunakan analisis deskriptif bagaimana karakteristik pengguna, tujuan perjalanan serta variabel laten yang menjadi faktor pendorong penduduk Yogyakarta menggunakan ojek *online*.

## Metode Penelitian

Penelitian ini bersifat kuantitatif. Pengambilan data dengan metode *stratified random sampling* yaitu melakukan wawancara kepada populasi yang mempunyai anggota tidak homogen dan berstrata secara proporsional dari setiap elemen populasi dilakukan dengan wawancara menggunakan kuesioner *online*. Kuesioner dirancang

dengan beberapa tahapan pertanyaan yang disertai dengan pertanyaan kontrol. Tahapan formulir pertanyaan dimulai dari pertanyaan klasifikasi responden (pengguna atau bukan pengguna), kemudian pertanyaan alasan menggunakan ojek *online*, lalu pertanyaan tujuan bepergian menggunakan ojek *online*, dan terakhir pertanyaan berkaitan dengan sosial demografi pengguna. Adapun pertanyaan kontrol ini diberikan untuk dijadikan validitas apakah responden mengisi jawaban dengan baik atau tidak. Contoh pertanyaan kontrol seperti “isi jawaban ‘setuju’ pada pertanyaan ini. Target jumlah sampel berdasarkan rumus slovin dengan tingkat kesalahan 5%. Jumlah populasi di KPY (Kota Yogyakarta, Kab. Sleman, Kab. Bantul) 2.669.981 jiwa (Prov. DIY dalam Angka 2020), maka didapatkan minimal responden yang harus diraih ialah  $399,94 \approx 400$  responden.

Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah Analisis Deskriptif. Menurut Suryoatmono (2004) menyatakan bahwa statistika deskriptif adalah statistika yang menggunakan data pada suatu kelompok untuk menjelaskan atau menarik kesimpulan mengenai kelompok itu saja. Kriteria perhitungan analisis statistik deskriptif ini meliputi pengukuran pemusatan seperti rata-rata data (mean), median atau nilai tengah, dan modus (nilai yang banyak muncul (Howell, 1982).

### Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pengambilan data pada penelitian ini dilaksanakan selama 21 hari dan didapatkan 655 data responden. Kemudian dilakukan penyortiran data hingga didapatkan 634 data yang valid. Tabel 1 menyajikan hasil pengolahan data deskriptif pengguna ojek *online* di KPY.

Tabel 1. Hasil Analisis Deskriptif Sosial Demografi Pengguna Ojek *Online*

Jenis	Hasil Survei	
	Respon	Persen

	Hasil Survei	
	Respon	Persen
<b>Kelamin</b>		
Pria	272	43%
Wanita	362	57%
<i>n</i>	634	100%
<b>Usia</b>		
14-19	92	15%
20-24	493	78%
25-29	32	5%
>30	17	3%
<i>n</i>	634	100%
<b>Domisili</b>		
Prov. DIY	180	28%
Luar Prov. DIY	454	72%
<i>n</i>	634	100%
<b>Pendidikan</b>		
SMA Perguruan Tinggi	36	6%
Tinggi	598	94%
<i>n</i>	634	100%
<b>Pendapatan</b>		
<Rp 1juta	226	36%
1-2juta	209	33%
2-3juta	99	16%
3-5juta	41	6%
5-7juta	30	5%
>7juta	29	5%
<i>n</i>	634	100%
<b>Ketersediaan sepeda motor</b>		
Ada	502	79%
tidak ada	132	21%
<i>n</i>	634	100%

Berdasarkan Tabel 1, perbandingan jenis kelamin diunggulkan oleh responden perempuan dengan persentase sebesar 57% sedangkan responden laki-laki 43%. Kemudian untuk usia responden didominasi oleh responden yang berusia 20-24 tahun (78%) dengan pendidikan rata-rata pendidikan tinggi strata 1. Hal ini sejalan dengan studi yang berbasis di Amerika Serikat dan Kanada menemukan bahwa transportasi *online* lebih banyak digunakan oleh orang-orang yang relatif muda,

terpelajar dan berfinansial cukup (Clewlow & Mishra, 2017; Dias dkk, 2019; Conway dkk, 2018; Grahn dkk, 2020; Sikder, 2019; Young & Farber, 2019). Berdasarkan data Badan Pusat Statistik, Provinsi DIY memiliki 110 perguruan tinggi yang terletak di Kabupaten Sleman dan Kabupaten Bantul dengan pembagian 4 Perguruan Tinggi Negeri serta 106 Perguruan Tinggi Swasta. Hal ini mendorong banyaknya pelajar pendatang yang akan menetap di DIY dalam kurun waktu tertentu. Sejalan dengan kondisi tersebut, pada Tabel 1 menunjukkan persentase daerah asal responden dicenderung oleh luar provinsi DIY sebanyak 72% dan rata-rata pendapatan yang dimiliki kisaran kurang dari satu sampai dua juta rupiah.

Sebagian besar responden didominasi oleh mahasiswa perguruan tinggi sehingga klasifikasi pendapatan mayoritas berada pada <1juta-2juta rupiah. Sedangkan untuk kepemilikan sepeda motor cukup tinggi, sekitar 79% responden memiliki sepeda motor yang juga merupakan pengguna ojek *online*. Sehingga dapat menjadi usulan penelitian lanjutan pengaruh kehadiran ojek *online* terhadap kepemilikan sepeda motor.

Tabel 2 menggambarkan persentase penggunaan ojek *online* pada beberapa tujuan dan kondisi. Pertanyaan survei ini ditujukan kepada pengguna ojek *online* dengan memberikan tujuh destinasi/kondisi yang dapat mereka pertimbangkan terhadap potensi penggunaan ojek *online*. Responden menilai menggunakan skala lima dengan indikator seberapa sering mereka menggunakan ojek *online* pada kondisi tersebut.

Hasil yang ditampilkan pada Tabel 2 menunjukkan bahwa frekuensi paling tinggi untuk menggunakan jasa ojek *online* adalah dengan tujuan perjalanan menuju fasilitas umum seperti bandara/stasiun/terminal atau simpul transportasi lainnya. Hal ini dapat disebabkan karena pengguna ojek *online* memilih moda tersebut sebagai *first mile* sehingga tidak membutuhkan biaya parkir (seperti pada Tabel 3) atau operasional lainnya. Sedangkan pergi untuk

berbelanja menggunakan jasa ojek *online* memiliki skor terkecil, hal ini disebabkan karena berbelanja lebih nyaman dengan menggunakan kendaraan pribadi, khususnya kendaraan roda empat yang dapat memuat lebih banyak barang untuk diangkut. Selebihnya bepergian saat macet, pergi ke suatu daerah yang tidak memiliki kendaraan umum, pergi ke suatu tempat yang sebelumnya tidak pernah dikunjungi, pergi saat tergesa-gesa, pergi ke bekerja/sekolah serta pergi untuk melakukan sosial skornya hanya rata-rata tidak menunjukkan tingkat frekuensi yang tinggi.

Pada Tabel 3 dapat dilihat beberapa faktor yang mempengaruhi penggunaan ojek *online*. Hasil menunjukkan bahwa beberapa variabel memberikan pengaruh terhadap penggunaan ojek *online*. Apabila diurutkan dari nilai Mean tertinggi, faktor hubungan pengemudi dengan penumpang yang ramah, fasilitas teknologi yang tinggi, serta sistem *rating* kepada *driver* berpengaruh besar pada pemilihan menggunakan ojek *online* di Yogyakarta. Hal Budaya penduduk di Yogyakarta yang ramah dan santun dapat menjadi faktor pendukung sehingga *driver* ojek *online* di kota ini dinilai ramah. Selain itu, berdasarkan hasil penilaian responden pun aplikasi layanan ojek *online* ini memiliki utilitas yang tinggi. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nirmala & Surveyandini, (2019) yang menunjukkan bahwa penggunaan ojek *online* didominasi oleh faktor kemudahan, faktor keamanan, dan faktor efisiensi.

Kemudian faktor kepercayaan brand, tidak memerlukan membayar parkir, pembayaran *cashless*, *driver* sebagai mitra, transportasi publik yang belum memadai, akses untuk melakukan transit sementara, serta waktu tempuh lebih singkat menjadi faktor yang cukup berpengaruh pada penggunaan ojek *online*. Rata-rata nilai mean yang didapatkan dari beberapa faktor tersebut mencapai nilai 3,8 yang berarti bahwa faktor-faktor tersebut cukup memberikan dampak kepada penggunaan ojek *online* di KPY. Hal ini serupa dengan penelitian yang dilakukan Dawes

(2013)terkait faktor pendorong orang menggunakan jasa transportasi *online* di Amerika Serikat. Selain itu, menurut penelitian yang dilakukan oleh (Tumuwe dkk., 2018) menyatakan bahwa penggunaan ojek *online* di kalangan mahasiswa disebabkan oleh kemudahan akses yang ditawarkan.

Sedangkan faktor tidak memiliki kendaraan dan tidak dapat mengendarai sepeda motor memiliki nilai mean yang paling kecil. Hal ini berarti bahwa pengguna ojek *online* menilai tidak setuju dengan faktor tersebut, secara tidak langsung ini pun berarti bahwa mayoritas responden menilai dirinya memiliki sepeda motor dan dapat mengendarai kendaraan. Sehingga disimpulkan bahwa mayoritas pengguna ojek adalah pengguna yang memiliki sepeda motor dan dapat mengendarai sepeda motor. Maka dapat menjadi usulan penelitian lanjutan terkait hubungan antara kepemilikan sepeda motor dengan minat dan frekuensi penggunaan sepeda motor.

### **Simpulan**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa berdasarkan data sosial demografi,

pengguna ojek *online* di Yogyakarta didominasi oleh jenis kelamin wanita, pengguna berusia muda, berpendidikan, dan perantau. Akan tetapi pada penelitian ini tidak ditinjau seberapa besar pengaruh yang diberikan dari data sosial demografi terhadap penggunaan ojek *online*. selain itu, ditinjau dari tujuan perjalanan menggunakan ojek *online*, pergi dari/menju simpul transportasi menunjukkan nilai paling besar. Hal ini disebabkan adanya pembatasan serta preferensi pengguna yang tidak ingin membayar parkir maka akan menggunakan ojek *online* menuju pada destinasi tersebut.

Pada penelitian ini juga didapatkan beberapa faktor yang sangat tinggi mendorong masyarakat KPY untuk menggunakan ojek *online* adalah pengemudi yang ramah, fasilitas teknologi yang tinggi, serta sistem *rating* kepada *driver*. Akan tetapi pada penelitian ini tidak diukur tingkat pengaruh variabel tersebut terhadap penggunaan ojek *online*, maka saran untuk penelitian selanjutnya adalah mengukur pengaruh variabel sosial demografi dan faktor pendorong terhadap frekuensi penggunaan jasa ojek *online*

Tabel 2. Hasil Analisis Deskriptif Tujuan Perjalanan Menggunakan Ojek *Online*

	Persentase					likert scale	
	1	2	3	4	5	Mean	Std.
Menuju Bandara/Stasiun/Terminal	5,17%	14,83%	29,00%	30,17%	20,83%	3,47	1,13
Pergi saat macet	16,83%	23,17%	29,17%	23,00%	7,83%	2,82	1,19
Pergi ke/dari suatu daerah yang tidak memiliki bus kota	21,83%	14,33%	21,83%	29,00%	13,00%	2,97	1,35
Pergi ke suatu tempat yang belum pernah dikunjungi sebelumnya	15,50%	15,67%	26,50%	27,67%	14,67%	3,10	1,28
Pergi saat tergesa-gesa	15,17%	20,67%	22,00%	26,50%	15,67%	3,07	1,31
Pergi berbelanja	32,67%	24,83%	24,33%	11,17%	7,00%	2,35	1,24
Pergi ke sekolah/kantor	15,17%	22,50%	28,17%	18,50%	15,67%	2,97	1,28
Pergi melakukan aktivitas social (makan restaurant, mengunjungi rumah teman atau saudara)	18,50%	22,83%	31,33%	18,67%	8,67%	2,76	1,20

Tabel 3. Hasil Analisis Deskriptif Variabel Faktor Pendorong Menggunakan Ojek *Online*

	Persentase					likert scale	
	1	2	3	4	5	Mean	Std.
Pembayaran cashless (e-wallet)	1,58%	4,57%	19,87%	47,32%	26,66%	3,93	0,89
<i>Driver</i> adalah mitra, bukan karyawan	3,00%	6,31%	19,40%	48,74%	22,56%	3,82	0,95
Hubungan pengemudi dengan penumpang yang ramah	0,16%	0,32%	10,41%	53,94%	35,17%	4,24	0,65
Sistem rating kepada <i>driver</i>	0,47%	2,68%	14,51%	50,63%	31,70%	4,10	0,78
Akses untuk melakukan transit sementara	0,32%	7,26%	24,29%	47,48%	20,66%	3,81	0,86
Budaya perusahaan atau sikap CEOnya	0,95%	3,31%	47,48%	35,02%	13,25%	2,97	0,80
Kepercayaan brand	0,32%	1,42%	20,35%	55,36%	22,56%	3,98	0,72
Fasilitas teknologi yang tinggi	0,16%	0,32%	12,30%	54,73%	32,49%	4,19	0,66
Tidak memerlukan membayar parkir	0,79%	9,15%	16,88%	38,17%	35,02%	3,97	0,98
Waktu tempuh yang lebih singkat	0,47%	5,52%	30,60%	43,06%	20,35%	3,77	0,85
Transportasi publik belum nyaman dan memadai	1,42%	9,46%	21,14%	42,11%	25,87%	3,82	0,97
Tidak memiliki kendaraan pribadi	15,46%	32,18%	20,03%	19,40%	12,93%	2,82	1,27
Tidak bisa mengendarai kendaraan	30,44%	33,75%	15,14%	11,67%	8,99%	2,35	1,27

## Daftar Pustaka

- Andriani (2019). *Online vs Konvensional: Keunggulan dan Konflik Antar Moda Transportasi di Kota Makassar. ETNOSLA: Jurnal Etnografi Indonesia*, 2(2), 220.
- Clewlou, R. R., & Mishra, G. S. (2017). Disruptive Transportation: The Adoption, Utilization, and Impacts of Ride-Hailing in the United States. *Genome*.
- Conway, M., Salon, D., & King, D. (2018). Trends in Taxi Use and the Advent of Ridehailing, 1995–2017: Evidence from the US National Household Travel Survey. *Urban Science*, 2(3), 79. <https://doi.org/10.3390/urbansci2030079>
- Dias, F. F., Lavieri, P. S., Kim, T., Bhat, C. R., & Pendyala, R. M. (2019). Fusing Multiple Sources of Data to Understand Ride-Hailing Use. *Transportation Research Record*, 2673(6), 214–224. <https://doi.org/10.1177/0361198119841031>
- Grahn, R., Harper, C. D., Hendrickson, C., Qian, Z., & Matthews, H. S. (2020). Socioeconomic and usage characteristics of transportation network company (TNC) riders. *Transportation*, 47(6), 3047–3067. <https://doi.org/10.1007/s11116-019-09989-3>
- Howell. 1982. *Statistical Methods For Psychology*. New York: Duxbury Press.
- Irawan, M. Z., Belgiawan, P. F., Joewono, T. B., & Simanjuntak, N. I. M. (2020). Do motorcycle-based ride-hailing apps threaten bus ridership? A hybrid choice modeling approach with latent variables. *Public Transport*, 12(1), 207–231. <https://doi.org/10.1007/s12469-019-00217-w>
- Metcalf, G., Warburg, J. (2012) A Policy agenda for the sharing economy. *The Urbanist*
- Nirmala, N., & Surveyandini, M. (2019). Faktor Penentu Pemilihan Jasa Transportasi Online Pada Masyarakat Banyumas. *Sustainable Competitive Advantage ...*, 9(339). Retrieved from <http://jp.feb.unsoed.ac.id/index.php/sca-1/article/view/1422>
- Sikder, S. (2019). Who Uses Ride-Hailing Services in the United States? *Transportation Research Record*. <https://doi.org/10.1177/0361198119859302>
- Silver, N., Fischer-Baum, R. (2015). Public Transit Should Be Uber's New Best Friend. *FiveThirtyEight*.
- Suryoatmono, B. (2007). *Kursus Statistika Dasar*. Jakarta.
- Tang, B. J., Li, X. Y., Yu, B., & Wei, Y. M. (2020). How app-based ride-hailing services influence travel behavior: An empirical study from China. *International Journal of Sustainable Transportation*, 14(7), 554–568. <https://doi.org/10.1080/15568318.2019.1584932>
- Tumuwe, R., Damis, M., & Muliarti, T. (2018). Pengguna ojek online di kalangan mahasiswa Universitas Sam Ratulangi Manado. *Jurnal Holistik*, (21), 1–19.
- Young, M., & Farber, S. (2019). The who, why, and when of Uber and other ride-hailing trips: An examination of a large sample household travel survey. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 119(December 2018), 383–392. <https://doi.org/10.1016/j.tra.2018.11.018>