

THE PRICE COMPARISON STUDY OF ONLINE MOTORCYCLE TAXIS AND BASE MOTORCYCLE TAXI ACCORDING TO USERS

STUDI PERBANDINGAN HARGA OJEK ONLINE DAN OJEK PANGKALAN MENURUT PENGGUNA

Rahman Saripudin¹, Tarita Aprilani Sitinjak²

^{1,2} Program Studi Pendidikan Teknik Bangunan, Jurusan Pendidikan Teknologi dan Kejuruan
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Palangka Raya

e-mail: rahamansaripudin1999@gmail.com

ABSTRACT

Price is the amount of value that consumers exchange for the benefit of owning or using a product whose value is set by buyers and sellers through bargaining, or set by sellers for a price equal to all buyers. The price of online motorcycle taxis and base motorcycle taxis in the city of Palangka Raya is different, therefore the purpose of this study is to find out the comparison in terms of prices offered by providers according to users. The research method used was a quantitative descriptive method. The research was conducted by distributing questionnaires to users of online motorcycle taxis and base motorcycle taxis. The results of the study related to the price comparisons for online motorcycle taxis and base motorcycle taxis according to users based on data obtained from the results of 100 questionnaire respondents. The questionnaire consisted of 14 statements covering online motorcycle taxi and base motorcycle taxi price indicators, which are affordability, price competitiveness, price compatibility with benefits, price compatibility with quality, selling price, price discounts, ease of access, and security. From the calculation results, respondents prefer to use online motorcycle taxis, as seen from the mean value of online motorcycle taxis (27.86) \geq base motorcycle taxis (18.06) and the value of the online motorcycle taxi mode obtained results of 5 (strongly agree) which means according to online motorcycle taxi respondents from the price indicator offered by the provider can be accepted by online motorcycle taxi respondents while the base ojek obtained 3 (doubtful) results which means according to base ojek respondents from the price indicator offered by the provider is less can be accepted by base ojek respondents.

Keywords: Price; Online motorcycle taxis; base Motorcycle taxi

PENDAHULUAN

Bisnis transportasi adalah sektor bisnis yang memiliki pasar yang besar dan potensial sehingga menimbulkan persaingan yang semakin ketat. Persaingan yang ketat ditunjukkan dengan bermunculannya ojek *online* dalam bidang transportasi. Transportasi, adalah bisnis yang bergerak dalam bidang jasa, kualitas pelayanan yang baik menjadi tuntutan bagi pelanggan pada layanan jasa yang dipilih.

Rahmawati (2019), menyatakan ojek pangkalan adalah jasa angkutan umum tidak resmi dengan menggunakan sepeda motor yang menetap di persimpangan jalan ramai, atau di jalan masuk kawasan permukiman.

Nurul Zakinah (2019), menyatakan ojek online merupakan jasa angkut barang maupun manusia yang sistem pemesanannya berbasis aplikasi *smartphone*. Alat angkut ini menggunakan kendaraan pribadi yang dihubungkan dengan sebuah aplikasi.

Selain kualitas pelayanan, harga juga menjadi salah satu faktor penting untuk menjaga dan mempertahankan konsumen agar tidak beralih ke layanan transportasi lainnya. Kristina Vika Natalia (2019),

menentukan keputusan penentuan harga juga sedemikian penting dalam menentukan seberapa jauh layanan/jasa dinilai oleh konsumen, dan juga memberikan citra. Penentuan harga juga memberikan persepsi tertentu dalam kualitas.

Muslih & Adik Rudiyanto (2019), menyebutkan bahwa perbandingan antara transportasi online dan transportasi konvensional mengalami perbedaan yang signifikan dari segi biaya dan waktu, yaitu: dari segi biaya transportasi online lebih ekonomis.

Arynovebryana Br. Manihuruk dkk (2022) menyatakan kehadiran transportasi online di Kota Palangka Raya berpengaruh terhadap pendapatan taksi kota konvensional di Kota Palangka Raya, karena penumpang yang semakin hari semakin menurun karena hadirnya transportasi online sehingga pendapatannya tidak menentu setiap harinya. Berdasarkan penuturan dari beberapa informan sebelumnya bahwa penghasilan mereka sebelum adanya transportasi online bisa mencapai Rp.100.000-Rp.150.000/hari. Sedangkan setelah hadirnya transportasi online penghasilan mereka turun drastis yaitu menjadi Rp.20.000-Rp.50.000/hari.

Berdasarkan penjelasan di atas, terlihat bahwa harga mempunyai peranan yang sangat penting bagi kepuasan konsumen. Tanpa adanya harga yang terjangkau oleh semua kalangan masyarakat, ojek pangkalan sulit untuk dapat mampu bersaing dengan ojek *online*. Berhubungan dengan latar belakang di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**STUDI PERBANDINGAN HARGA OJEK ONLINE DAN OJEK PANGKALAN MENURUT PENGGUNA**”

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kuantitatif dengan menggunakan analisa statistik deskriptif. Data diperoleh dengan menyebarkan kuisisioner kepada para responden. Kuisisioner yang disebarkan berupa daftar pernyataan mengenai keterjangkauan harga, daya saing harga, kesesuaian harga dengan kualitas, harga jual, potongan harga, kemudahan didapatkan (praktis), dan keamanan. Populasi pada penelitian ini adalah pengguna jasa ojek *online* dan ojek pangkalan di kota palangka raya yang berusia 15-49 tahun berdasarkan data BPS Kota Palangka Raya berjumlah 171.403 ribu penduduk. Diperoleh jumlah sampel sebanyak 99,9 responden. Namun agar dalam perhitungan statistic mendapatkan hasil yang maksimal maka jumlah sampel dalam penelitian ini dibulatkan menjadi 100 responden pengguna ojek *online* dan ojek pangkalan. Kuisisioner ini di bagikan oleh peneliti kepada penggunajasa ojek *online* dan ojek pangkalan untuk di isi dan dikembalikan setelah di isi. Tujuan ini memberikan gambaran terhadap perbandingan harga ojek *online* dan ojek pangkalan dari segi keterjangkauan harga, daya saing harga, kesesuaian harga dengan kualitas, harga jual, potongan harga, kemudahan didapatkan (praktis), dan keamanan skor pada jawaban setiap pertanyaan/pernyataan yaitu sebagai berikut: skor 5 untuk jawaban Sangat setuju, skor 4 untuk jawaban Setuju, skor 3 untuk jawaban Ragu-ragu, skor 2 untuk jawaban Tidak Setuju, dan skor 1 untuk jawaban Sangat Tidak Setuju. Kisi-kisi kuesioner perbandingan harga ojek online dan ojek pangkalan menurut pengguna.

Tabel 1. Kisi-kisi kuesioner perbandingan harga ojek online dan ojek pangkalan menurut pengguna.

Variabel	Indikator	Nomor Butir Angket	
		Ojek Online	Ojek Pangkalan
Harga	Keterjangkauan harga	1	9
	Daya saing harga	2	10
	Kesesuaian harga dengan manfaat	3	11
	Kesesuaian harga dengan kualitas	4	12
	Harga jual	5	13
	Potongan harga	6	14
	Kemudahan didapatkan (praktis)	7	15
	Keamanan	8	16

Sumber: Peneliti (2023)

Uji Instrumen Penelitian yang dilakukan yaitu uji validitas, reliabilitas, dan analisis data dalam persentase. Perhitungan validitas menggunakan rumus korelasi product moment dan perhitungan untuk menguji realibilitas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$r = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum a_i^2}{a_i^2} \right] \dots \dots \dots \text{Pers 1}$$

Teknik analisis data yang digunakan untuk mengetahui perbandingan harga Ojek *Online* dan Ojek Pangkalan Menurut Pengguna adalah statistik deskriptif. Analisis deskriptif untuk masing-masing variabel penelitian digunakan untuk menentukan harga rata-rata hitung (Mean), Modus (Mo).

- Mean

$$\text{Rata - rata Hitung} = \frac{\text{Jumlah Semua Nilai Data}}{\text{Jumlah Data}} \dots \dots \dots \text{Pers 2}$$

$$\bar{X} = \frac{\sum x}{n} = \frac{x_1 + x_2 + \dots + x_n}{n}$$

- Modus

$$Mo = \dots \dots \dots \text{Pers 3}$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Hasil uji validitas data pengguna ojek *online* dan ojek pangkalan, terdapat 16 butir pernyataan dari 30 responden validitas data, dapat dinyatakan bahwa 14 butir pernyataan dikatakan “valid” Pernyataan tersebut dinyatakan valid karena “r” hitung \geq “r” tabel, maka indikator tersebut dikatakan “valid”. Dan 2 butir pernyataan dinyatakan “tidak valid”. Pernyataan tersebut dikatakan “tidak valid” karena “r” hitung \leq “r” tabel, maka indikator tersebut dikatakan “tidak valid”.

Nilai Rata-Rata (Mean)

- Ojek *online*

Diperoleh hasil nilai rata-rata (mean) pengguna ojek *online* di Kota Palangka Raya Jalan Ahamd Yani – Yos Sudarso.

$$\bar{X} = \frac{2786}{100} = 27,86$$

Jadi data dari hasil penelitian telah di peroleh nilai rata-rata (mean) 27,86.

- Ojek pangkalan

Diperoleh hasil nilai rata-rata (mean) pengguna ojek Pangkalandi Kota Palangka Raya Jalan Ahamd Yani – Yos Sudarso.

$$\bar{X} = \frac{1806}{100} = 18,06$$

Jadi data dari hasil penelitian telah di peroleh nilai rata-rata (mean) 18,06.

Nilai yang Sering Muncul (Modus)

- Nilai yang sering muncul (modus) Ojek *online*

Diperoleh hasil nilai yang sering muncul (Modus) per indikator menurut pengguna ojek *online* di Kota Palangka Raya Jalan Ahamd Yani – Yos Sudarso.

$$Mo 1 (\text{Keterjangkauan Harga}) = 5$$

$$Mo 2 (\text{Daya Saing Harga}) = 5$$

$$Mo 3 (\text{Kesesuaian Harga Dengan Kualitas}) = 5$$

$$Mo 4 (\text{Harga Jual}) = 5$$

$$Mo 5 (\text{Potongan Harga}) = 5$$

$$Mo 6 (\text{Kemudahan didapatkan}) = 5$$

$$Mo 7 (\text{Keamanan}) = 5$$

Jadi data dari hasil penelitian telah diperoleh nilai yang sering muncul (Modus) per indikator adalah 5 (Sangat Setuju) yang berarti dari semua indikator harga yang ditawarkan oleh provider menurut responden dapat

- Nilai yang sering muncul (modus) Ojek Pangkalan
Diperoleh hasil nilai yang sering muncul (Modus) per indicator menurut pengguna ojek pangkalandi Kota Palangka Raya Jalan Ahamd Yani – Yos Sudarso.

Mo 1 (Keterjangkauan Harga) = 1

Mo 2 (Daya Saing Harga) = 2

Mo 3 (Kesesuaian Harga Dengan Kualitas) = 3

Mo 4 (Harga Jual) = 3

Mo 5 (Potongan Harga) = 3

Mo 6 (Kemudahan didapatkan) = 3

Mo 7 (Keamanan) = 3

Jadi data dari hasil penelitian telah di peroleh nilai yang sering muncul (Modus) perindikator harga, yang berarti indikator harga yang ditawarkan oleh provider menurut responden kurang bisa diterima.

Lokasi penelitian ini di jalan Ahmad Yani – Yos Sudarso merupakan salah satu wilayah yang padat penduduk. Di jalan Ahmad Yani-Yos Sudarso banyak terdapat perkantoran, sekolah, pusat perbelanjaan, kampus, dll. Juga terdapat banyak pengguna ojek *online* dan ojek pangkalan di daerah jalan tersebut. Maka lokasi penelitian di jalan Ahmad Yani-Yos Sudarso Kota Palangka Raya.

Berdasarkan hasil analisis data di atas dapat disimpulkan bahwa responden lebih memilih menggunakan ojek *online* terlihat dari nilai mean ojek *online* (27,86) \geq ojek pangkalan (18,06) sedangkan dari nilai yang sering muncul (modus) pada indikator harga (keterjangkauan harga, daya saing harga, kesesuaian harga dengan kualitas, harga jual, potongan harga, kemudahan didapatkan/praktis, dan keamanan) menurut responden ojek *online* bisa diterima, sedangkan pada indikator harga menurut responden ojek pangkalan kurang bisa diterima

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan di kota malang dan Surabaya dengan menggunakan metode logit biner ditemukan bahwa Pengguna transportasi online lebih memilih menggunakan taksi online dari pada taksi konvensional. Jikalau terjadi perbedaan harga antar Rp. 9,606.20 untuk biayanya (Sitinjak dkk., 2020).

Penelitian terdahulu lain nya juga berupa analisa perbandingan Moda Transportasi antara Taxi Online dan Taxi Konvensional, dengan menggunakan Variabel Tarif (X1), Kemudahan Mendapatkan Moda (X2), Kualitas Pelayanan (X3) dan Variabel Pemilihan Moda (Y). Berdasarkan pengolahan data pada tabel Klasifikasi (Classification Table) sebelum menginput Variabel X (bebas) ke dalam model, Tarif, Kemudahan Mendapatkan Moda dan Kualitas Pelayanan mendapatkan nilai tertinggi pada taxi online yaitu 69 : 29 yang artinya setelah menginput variabel X (bebas) kedalam model taxi online lebih banyak peminatnya dibandingkan dengan taxi konvensional. Sedangkan sesudah menginput Variabel X (bebas) ke dalam model, Tarif, Kemudahan Mendapatkan Moda dan Kualitas Pelayanan mendapatkan nilai tertinggi pada taxi online yaitu 60 : 18 yang artinya setelah menginput variabel X (bebas) kedalam model taxi online tetap lebih banyak peminatnya dibandingkan dengan taxi konvensional walaupun ada pengurangan dari 69 ke 60. (Nasution, 2021).

PENUTUP

KESIMPULAN

Berdasarkan dari hasil analisis yang telah dilakukan maka disimpulkan sebagai berikut:

- Harga yang ditawarkan provider ojek *online* lebih diterima oleh responden di Kota Palangka Raya, sedangkan Harga yang ditawarkan provider ojekpangkalan kurang bisa diterima.
- Responden lebih memilih menggunakan ojek *online* terlihat dari nilai mean ojek *online* (27,86) \geq ojek pangkalan (18,06)

SARAN

Setelah dilaksanakan Penelitian yang di sajikan dengan pembahasan hasil penelitaian dan kesimpulan, maka saran yang dapat di berikan adalah sebagai berikut:

- Operator ojek baik *online* dan pangkalan diharapkan mengikuti alur jaman sekarang dimana responden atau Pengguna lebih mencari moda transfortasi yang lebih simple dari segi indikator seperti (keterjangkauan harga, daya saing harga, kesesuaian harga dengan manfaat, kesesuaian harga dengan kualitas, harga jual, potongan harga, kemudahan didapatkan/praktis, dan keamanan)
- Untuk peneliti selanjut nya diharapkan memilih tentang harga yang ditawarkan dihubungkan dengan kesediaan membayar menurut Pengguna.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Arynovebryana Br. Manihuruk, Alexandro, R., Sundari, S., Kuwing Baboe, & Uda, T. (2022). Dampak Kehadiran Transportasi Online Terhadap Pendapatan Pengemudi Taksi Kota Konvensional Di Kota Palangka Raya. *Economics Journal*, 3(1), 11–16.
- [2] Kristina Vika Natalia. (2019). Perbandingan Persepsi Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kepuasan Konsumen Go-Jek Dan Grab. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pengiriman Barang PT. Citra Van Titipan Kilat Kota Langsa, 3–4.
- [3] Muslih, M. J., & Adik Rudiyanto, E. S. (2019). Studi Komparatif Transportasi Online dan Transportasi Konvensional Ditinjau Dari Ekonomi Transportasi (Biaya dan Waktu) (Studi Kasus Transportasi Online dan Transportasi Konvensional di Kota Mojokerto). *Teknik Sipil*, 1, 1–6.
- [4] Nurul Zakinah. (2019). Efisiensi dan Dampak Ojek Online Terhadap Kesejahteraan Driver Kota Makassar. 95.
- [5] Patrisia, Y., Law, D. W., Gunasekara, C., & Wardhono, A. (2022). Life cycle assessment of alkali-activated concretes under marine exposure in an Australian context. *Environmental Impact Assessment Review*, 96, 106813.
- [6] Patrisia, Y., Law, D. W., Gunasekara, C., & Wardhono, A. (2022). Fly ash geopolymer concrete durability to sulphate, acid and peat attack. In *MATEC Web of Conferences* (Vol. 364). EDP Sciences.
- [7] Patrisia, Y., Law, D., Gunasekara, C., & Wardhono, A. (2022). The role of Na₂O dosage in iron-rich fly ash geopolymer mortar. *Archives of Civil and Mechanical Engineering*, 22(4), 181.
- [8] Rahmawati, A. (2019). Analisis kesejahteraan keluarga pengemudi ojek pangkalan Tangerang Selatan di era ojek online.
- [9] Sitinjak, T. A., Djakfar, L., & Wicaksono, A. (2020). Study of Online Taxi Choice Model in Indonesia. *The Open Civil Engineering Journal*, 14(1), 238–246.