

DAMPAK KENAIKAN TARIF OJEK *ONLINE* TERHADAP PENDAPATAN PENGEMUDI DAN KEPUASAN PENUMPANG (TINJAUAN SEBELUM PANDEMI COVID 19)

Risdiyanto¹, Tanjung Kurniawan², Johary Alfred³

^{1,2,3}) Jurusan Teknik Sipil, Fakultas Teknik, Universitas Janabradra
Jl. Tentara Rayat Mataram 55 Yogyakarta, 55231

email: risdiyanto@janabradra.ac.id , tanjungkur50@gmail.com , joharialfed19@gmail.com

Diterima : 15 April 2021
Direvisi : 22 Agustus 2021

Disetujui : 25 Agustus 2021
Diterbitkan : 26 November 2021

Abstract: *Tariff and service are two important elements in online transportation. With the increase in rates, it will affect the income of drivers and passenger services. The purpose of this study is to determine the impact of the increase in online motorcycle taxi rates in 2019 when compared to 2018. Research in 2019 is a continuation of research in 2018. Data was obtained by conducting interviews with 200 passengers and 100 online motorcycle taxi drivers (Go-Jek) for each year. The impact of the tariff increase on driver's income is carried out by comparing the amount of income between 2019 and 2018. The Customer Satisfaction Index method was chosen to determine the service performance of online motorcycle taxis. Based on the analysis, the results show that the driver's income in the 2019 study has increased compared to 2018. In terms of service, the CSI value has increased. This shows that after the tariff increase, online motorcycle taxi transportation services are getting better*

Keywords: *Online transportation, the impact of tariff increases*

Abstrak: Tarif dan layanan merupakan dua unsur yang penting dalam transportasi *online*. Dengan adanya kenaikan tarif, maka akan berpengaruh terhadap pendapatan pengemudi dan layanan penumpang. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dampak kenaikan tarif ojek *online* di tahun 2019 jika dibandingkan dengan tahun 2018. Penelitian di tahun 2019 merupakan kelanjutan dari penelitian di tahun 2018. Data diperoleh dengan melakukan wawancara kepada 200 penumpang dan 100 pengemudi ojek *online* (Go-Jek) untuk masing-masing tahun. Dampak kenaikan tarif terhadap pendapatan pengemudi dilakukan dengan membandingkan besaran pendapatan antara tahun 2019 dengan tahun 2018. Metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) dipilih untuk mengetahui kinerja layanan dari ojek *online*. Berdasarkan analisis diperoleh hasil bahwa pendapatan pengemudi pada penelitian 2019 mengalami kenaikan jika dibandingkan dengan tahun 2018. Dari sisi layanan, nilai CSI mengalami peningkatan. Hal tersebut menunjukkan bahwa pasca kenaikan tarif, layanan transportasi ojek *online* semakin baik.

Kata kunci: transportasi *online*, dampak kenaikan tarif

1. PENDAHULUAN

Ketika masyarakat mau menggunakan jasa transportasi umum, maka mereka membayar ongkos/tarif perjalanan [1]. Besar kecilnya tarif transportasi akan mempengaruhi tingkat kualitas layanan [2]. Kualitas layanan dimaksud adalah perbandingan

antara harapan pelanggan dan layanan aktual yang diterima [3]. Karena begitu pentingnya persoalan tarif, sering menjadi bahasan dalam diskusi publik [4].

Di masa sekarang, kualitas layanan semakin penting khususnya di bidang *m commerce* (*mobile commerce*) [5]. Sebagai contoh bidang yang bersen-

tuhan dengan *m commerce* adalah transportasi *online*. Salah satu jenis transportasi *online* adalah ojek *online*. Perkembangan ojek *online* sangat pesat di Indonesia hingga tumbuh 6 kali lipat sejak 2015 [6].

Jasa transportasi *online* dengan layanan yang baik tentu amat didambakan oleh masyarakat. Untuk mengukur tingkat kualitas layanan, biasa digunakan penilaian persepsi dari para pengguna layanan. Semakin baik kualitas layanan, maka penumpang semakin sering menggunakan layanan dimaksud. Ada 10 indikator yang dijadikan acuan dalam penilaian pelayanan [3]. Kesepuluh variabel tersebut adalah reliabilitas, daya tanggap, kompetensi, akses, kesopanan, komunikasi, kredibilitas, keamanan, pemahaman/mengetahui pelanggan, dan *tangibles*. Dengan menggunakan penilaian model SERVQUAL, kesepuluh variabel tersebut dirangkum menjadi 5 bagian yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* [7]. *Assurance* adalah kombinasi dari komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi, dan kesopanan, sedangkan empati meliputi unsur akses serta memahami/mengetahui pelanggan. Indikator *attitude*, *behavior*, *expertise*, *problem solving*, *range of service*, *operating time*, *information*, *tangibles*, *punctuality*, dan *valence* disarankan digunakan untuk layanan transportasi [8].

Pada sebuah studi di Surabaya, kualitas layanan dan tarif secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi ojek *online* [9]. Dalam studi di Surabaya ini, variabel yang paling besar mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah tarif. Semakin terjangkau tarif pada jasa transportasi ojek *online* Go-Jek di Surabaya, semakin meningkat kepuasan pelanggan.

Tarif sebagai variabel yang berpengaruh terhadap layanan perlu ditelaah manakala terjadi kenaikan. Apakah kenaikan tarif akan meningkatkan kepuasan kepada penumpang ataukah justru sebaliknya. Di sisi lain yang tidak kalah penting adalah sejauh mana kenaikan tarif memberi kontribusi terhadap peningkatan pendapatan pengemudi sebagai pihak penyedia jasa transportasi yang berhubungan langsung dengan penumpang.

Penyedia jasa transportasi Go-Jek telah beroperasi di Yogyakarta sejak tahun 2015 [10]. Hingga tahun 2019, layanan Go-Jek telah mengalami beberapa kali kenaikan tarif. Kenaikan tarif terakhir secara resmi berlaku mulai tanggal 1 Mei 2019 dengan diterbitkannya Keputusan Menteri Perhubungan RI Nomor KP 348 Tahun 2019 yang mengatur tentang pedoman perhitungan biaya jasa penggunaan sepeda motor yang digunakan untuk kepentingan masyarakat yang dilakukan dengan aplikasi [11].

Dengan melihat adanya kenaikan tarif secara

resmi tersebut, maka perlu dilakukan penelitian lanjutan untuk mengetahui dampak dari kebijakan tersebut di lapangan. Sejauh pengetahuan penulis, studi menyangkut dampak kenaikan tarif ojek *online* terhadap pendapatan pengemudi sekaligus tingkat kepuasan penumpang belum pernah dilakukan. Pada penelitian sebelumnya [12], angkutan ojek *online* dipersepsikan oleh penumpang memiliki layanan yang baik / sangat baik. Adapun beberapa penelitian lain berkenaan dengan ojek *online* [9] [13] lebih fokus pada pengaruh tarif/harga atau layanan yang berlaku saat itu terhadap tingkat kepuasan, namun belum membahas mengenai dampak adanya kenaikan tarif terhadap kepuasan penumpang.

Dengan melihat beberapa literatur sebelumnya, penelitian ini diarahkan untuk mengetahui dampak dari kenaikan tarif ojek *online* di tahun 2019 dibandingkan dengan kinerja di tahun 2018 dilihat dari aspek pendapatan pengemudi dan kepuasan penumpang.

2. METODE PENELITIAN

Lokasi survei di wilayah Kota Yogyakarta. Melalui survei pendahuluan, diketahui tempat aktivitas transportasi ojek *online* yang sering untuk menaikurunkan penumpang. Dari beberapa lokasi fasilitas umum, tempat yang direkomendasikan yaitu pusat perbelanjaan/mall, stasiun/terminal, dan kampus atau sekolah. Pada tempat – tempat tersebut dicari responden yang dalam keadaan santai agar responden dapat menjawab dengan benar dan teliti sesuai pertanyaan.

Dalam penelitian dengan cara survei dibutuhkan sampel minimum sebanyak 100 sampel [13]. Dengan merujuk pada hal tersebut, pada studi ini diambil responden sebanyak 100 untuk pengemudi dan 200 untuk penumpang. Pengambilan jumlah responden tersebut tidak didasarkan atas jumlah populasi mengingat ketiadaan informasi tentang populasi pengemudi Go-Jek di Yogyakarta termasuk jumlah penumpang totalnya.

Tahapan pada proses pengambilan data primer pengguna ojek *online* diawali dengan menyiapkan perlengkapan atribut seperti tanda pengenal yang masih berlaku serta surat pengantar dari kampus untuk meyakinkan keabsahan penelitian kepada responden. Setelah mendapatkan persetujuan responden, selanjutnya menanyakan apakah mereka aktif sebagai pengguna ojek *online* Go-jek ataukah tidak. Setelah dipastikan bahwa mereka sebagai pengguna ojek *online*, maka peneliti akan memohon responden mengisi kuisioner penelitian guna mendapatkan data penelitian. Dalam satu hari didapatkan 20 data responden. Pengumpulan data

secara keseluruhan dilakukan kurang lebih dalam waktu 2 minggu. Penelitian dilakukan pada bulan Juni 2018 dan bulan Desember tahun 2019.

Dalam melakukan survei lapangan tersebut terdapat sejumlah kendala. Beberapa responden pengguna ojek *online* dari kalangan orang tua (usia 35 hingga 50 tahun) sering menolak untuk diwawancarai. Kadang-kadang di tengah proses pengisian data, responden ada kepentingan lain sehingga menyebabkan tidak terselesaikannya pengisian data kuisioner yang telah diberikan. Hal demikian mengakibatkan data yang didapatkan tidak efektif dan survei perlu diulang.

Pengambilan data primer pengemudi ojek *online* dilakukan dengan mendatangi tempat mereka biasa menunggu orderan. Selain itu peneliti juga beberapa kali memesan ojek *online* dan setelah sampai tujuan memohon bantuan pengemudi untuk mengisi lembar kuisioner penelitian. Rata-rata pengemudi yang dimintai bantuan untuk mengisi data tidak merasa keberatan dan hampir tidak ada penolakan untuk mengisi data kuisioner..

Secara garis besar, data wawancara responden mencakup kondisi sosiodemografi responden sekaligus data kinerja layanan angkutan. Data sosiodemografi meliputi jenis kelamin, usia, pendidikan, pendapatan, dan sebagainya. Dengan dasar dari Pasuraman dkk (1985) dan Caro & Garcia (2007), diambil sejumlah 15 atribut layanan angkutan sebagaimana **Tabel 1**.

Pertanyaan terkait kinerja layanan, didasarkan atas tingkat kepentingan (*importance*) dan tingkat kinerja (*performance*). Sebagai pedoman bagi responden untuk menilai tingkat kinerja pelayanan (*performance*), digunakan skala Likert dengan nilai 1 sampai dengan 5. Skala 1 menunjukkan kondisi sangat tidak baik, skala 2 tidak baik, skala 3 cukup baik, skala 4 baik, dan skala 5 menunjukkan kondisi sangat baik. Dari sisi tingkat kepentingan (*importance*), skala 1 menunjukkan skala sangat tidak penting dan skala 5 sangat penting. Adapun skala 2,3, dan 4 berada di antaranya

Untuk menentukan kriteria layanan total digunakan kepuasan konsumen/penumpang. Ukuran kinerja kepuasan konsumen dipakai nilai *Customer Satisfaction Index (CSI)*. Studi-studi transportasi sering menggunakan *CSI* untuk menilai kepuasan penumpang [14] [15] [16] [17].

Terdapat empat langkah dalam perhitungan *Customer Satisfaction Index (CSI)*, yaitu menentukan *Mean Importance Score (MIS)* dan *Mean Satisfaction Score (MSS)*, membuat *Weight Factor (WF)*, membuat *Weighting Score (WS)*, dan menghitung *CSI*. *WF* per atribut merupakan *MIS* per atribut dibagi

dengan total *MIS*. Sementara *WS* merupakan *WF* dikalikan dengan *MSS* dan nilai *CSI* adalah total *WS* dibagi skala maksimum Likert (dalam hal ini adalah 5) [18] [19] [20].

Tabel 1 . Atribut Layanan

No	Atribut
1	Sepeda motor yang layak
2	Penampilan (bersih dan wangi) <i>driver</i> Go-Jek
3	Atribut yang lengkap (helm dan masker)
4	Mendapatkan Go-Jek dimana dan kapan saja
5	Kemudahan memesan Go-Jek di <i>smartphone</i>
6	Proses pembayaran tunai maupun non tunai
7	Pemesanan Go-Jek tepat pada waktunya
8	Mengantarkan penumpang cepat dan tepat waktunya
9	Pelayanan Go-Jek yang cepat dan tanggap
10	Memberikan rasa aman dalam mengemudi di perjalanan (keselamatan berlalu lintas)
11	Memberikan rasa aman dari tindakan kejahatan
12	Reputasi Go-Jek selama ini
13	Bersikap santun kepada penumpang
14	Memberikan saran dan masukan dalam memilih rute
15	Berbicara ramah saat memberikan saran

Menghitung Nilai Bobot Kepentingan

Untuk mencari nilai bobot kepentingan digunakan **Persamaan 1** dan perhitungannya dilakukan pada masing-masing atribut.

$$\sum Yi = (\sum STP \times 1) + (\sum TP \times 2) + (\sum C \times 3) + (\sum P \times 4) + (\sum SP \times 5) \quad (1)$$

dimana:

- $\sum Yi$: Jumlah bobot jawaban *importance* atribut ke-i
- $\sum STP$: Jumlah yang memilih jawaban Sangat Tidak Penting
- $\sum TP$: Jumlah yang memilih jawaban Tidak Penting
- $\sum C$: Jumlah yang memilih jawaban Cukup Penting
- $\sum P$: Jumlah yang memilih jawaban Penting
- $\sum SP$: Jumlah yang memilih jawaban Sangat Penting

Menghitung Nilai Bobot Kinerja Pelayanan

Untuk mencari nilai bobot *performance* (kinerja) digunakan **Persamaan 2** dan perhitungannya dilakukan pada masing-masing atribut

$$\sum Xi = (\sum STB \times 1) + (\sum TB \times 2) + (\sum C \times 3) + (\sum B \times 4) + (\sum SB \times 5) \quad (2)$$

dimana:

- $\sum Xi$: Jumlah bobot jawaban *performance* atribut ke-i
- $\sum STB$: Jumlah yang memilih jawaban Sangat Tidak Baik
- $\sum TB$: Jumlah yang memilih jawaban Tidak Baik
- $\sum C$: Jumlah yang memilih jawaban Cukup Baik

ΣB : Jumlah yang memilih jawaban Baik
 ΣSB : Jumlah Responden yang memilih jawaban Sangat Baik

Menentukan Mean Importance Score (MIS)

MIS tiap atribut dapat dihitung dengan menggunakan persamaan:

$$MIS = \sum Y_i / n \quad (3)$$

dimana:

Y_i : Nilai jawaban responden untuk *importance* atribut ke- i

n : Jumlah responden

Menentukan Mean Satisfaction Score (MSS)

MSS dapat ditentukan dengan menggunakan persamaan:

$$MSS = \sum X_i / n \quad (4)$$

dimana:

X_i : Nilai jawaban responden untuk kinerja atribut ke- i

n : Jumlah responden

Membuat Weight Factor (WF)

Bobot ini merupakan nilai MIS per atribut terhadap total MIS seluruh atribut. WF dapat dicari dengan menggunakan **Persamaan 5**.

$$WF = MIS_i / \sum MIS_i \quad (5)$$

Membuat Wight Score (WS)

Bobot ini merupakan perkalian antara WF dengan MSS (*Mean Satisfaction Score*).

$$WS_i = WF_i \times MSS_i \quad (6)$$

Menentukan Nilai CSI

Persamaan yang digunakan untuk menentukan *Customer Satisfaction Index* adalah sebagai berikut:

$$CSI = \sum WS_i / HS \quad (7)$$

dimana:

HS : Skala maksimum yang digunakan (*Highest Scale*)

Pengukuran hasil dari penelitian untuk menentukan tingkat kepuasan dapat dilihat pada tabel kriteria nilai CSI.

3. HASIL PEMBAHASAN

Tarif Ojek Online

Nilai tarif pendapatan pengemudi sebelum ditetapkannya peraturan oleh pemerintah pada jarak minimum pertama yaitu sebesar Rp.8.000,00 pada tahun 2018 sampai awal tahun 2019, dan itu merupakan pendapatan bersih pengemudi setelah potongan 20% untuk aplikator. Sedangkan tarif yang dibayarkan pengguna ojek sebesar Rp. 10.000,00 untuk tarif minimum.

Tabel 2 . Kriteria *Customer Satisfaction Index*

Nilai CSI	Kriteria CSI
0,86 – 1,00	Sangat puas
0,76 – 0,85	Puas
0,66 – 0,75	Cukup puas
0,46 – 0,65	Kurang puas
0,00 – 0,45	Tidak puas
Total	15

Pada tanggal 4 maret 2019 berlangsung uji coba dengan tarif pendapatan pengemudi pada tarif dasar sebesar Rp. 1.700,00 /km dengan tarif minimum tiap perjalanan sebesar Rp. 4.000,00/order sudah terpotong 20% untuk jasa aplikator, sedangkan tarif untuk penumpang yang dibayarkan yaitu Rp. 5.000,00/order jarak minimum. Perusahaan ojek *online* melakukan demikian guna menjaga keberlangsungan layanannya.

Setelah mengalami kenaikan sesuai dengan peraturan pemerintah menjadi Rp. 8.750,00 – Rp. 9.000,00. Untuk tarif pendapatan bersih (setelah potongan jasa perusahaan) pengemudi sekarang pada perjalanan minimum yaitu Rp. 7.200,00 sedangkan yang dibayarkan oleh pengguna sebesar Rp.9.000,00. Tarif tersebut merupakan tarif umum (di luar ketentuan-ketentuan diskon, dll). Untuk besar tarif pendapatan pengemudi, tarif lama dan tarif baru dapat dilihat pada **Tabel 3**.

Tabel 3 . Tarif dan Pendapatan Bersih Minimum

Tahun	Tarif Bersih	Pendapatan Bersih Minimum
2018	0-9 km, Rp1.440,00/km >9 km, Rp 2.400,00/km	Rp. 8.000,00/order
2019	Rp. 2.313,00/km dari km pertama	Rp. 8.750,00/order

Penetapan biaya jasa batas bawah, batas atas, dan biaya jasa minimal merupakan biaya jasa yang sudah mendapat potongan biaya tidak langsung berupa biaya sewa pengguna aplikasi. Biaya jasa minimal merupakan biaya jasa yang dibayarkan oleh penumpang untuk jarak tempuh paling jauh 4 (empat)

kilometer.

Karakteristik Pengemudi

Hasil rekapitulasi survei pengemudi ojek *online* di tahun 2018 dan tahun 2019 tampak pada **Tabel 4**.

Beberapa catatan penting dari pengemudi pada tahun 2018 dan 2019 yang mencolok adalah bahwa pengemudi laki-laki lebih dominan yakni mencapai lebih dari 80%, pendidikan pengemudi dominan dari SLTA lebih dari 60%. Selain itu pekerjaan pengemudi gojek adalah pekerjaan tetap, dan sebagian besar pengemudi telah menikah dan mempunyai tanggungan.

Tabel 4 . Karakteristik Pengemudi Ojek Online

No.	Kondisi Sosiodemografi dan Perjalanan	Tahun	
		2018	2019
1.	Jenis kelamin		
	Laki - laki	92	87
	Perempuan	8	13
2.	Usia pengemudi Gojek		
	< 21 tahun	3	1
	21 – 30 tahun	35	32
	31 – 40 tahun	40	36
	41 – 50 tahun	27	27
	> 50 tahun	0	4
3.	Pendidikan terakhir		
	SD	0	0
	SLTP	15	4
	SLTA	62	81
	PT	23	15
4.	Status pekerjaan		
	Pokok	61	82
	Sampingan	39	18
5.	Pekerjaan selain pengemudi		
	Pelajar / mahasiswa	22	9
	Pegawai swasta	11	7
	PNS	0	0
	Wiraswasta	18	24
	Tidak ada	49	60
6.	Status pernikahan		
	Menikah	70	76
	Belum menikah	30	24
7.	Jumlah tanggungan keluarga		
	Tidak ada tanggungan	20	7
	1 orang	24	15
	2 – 3 orang	39	34
	4 – 5 orang	12	41
	>5 orang	5	3
8.	Kendaraan pribadi yang dimiliki		
	Sepeda motor saja	93	96
	Sepeda motor dan mobil	7	4
9.	Rerata pengeluaran kotor per hari		
	<40 ribu rupiah	56	37
	40 – 50 ribu rupiah	37	59
	>50 ribu rupiah	7	4
10.	Rerata penghasilan bersih per hari		
	< 100 ribu rupiah	12	0
	100 - 149 ribu rupiah	37	19
	150 – 199 ribu rupiah	32	24
	200 – 249 ribu rupiah	19	39
	250 – 299 ribu rupiah	0	13
	>= 300 ribu rupiah	0	5

Dari sisi penghasilan, pendapatan bersih per hari pada tahun 2018 masih ada yang kurang dari Rp. 100.000,00 sementara di tahun 2019 semua pengemudi berpenghasilan di atas Rp. 100.000,00 per hari. Terlihat bahwa prosentase terbesar pendapatan pengemudi pada tahun 2018 adalah Rp. 100.000,00 hingga Rp. 149.000.000,00, sementara pada tahun 2019 pada rentang Rp. 200.000,00 hingga Rp. 249.000,00. Sebanyak 18% pengemudi di tahun 2019 berpenghasilan bersih minimum Rp. 250.000,00 per hari. Pendapatan *driver* Go-Jek di Yogyakarta ini berkesesuaian dengan pendapatan pengemudi Grab yang juga meningkat rata-rata 20 hingga 30 persen setelah tarif ojek *online* dinaikkan [21] meskipun jumlah penumpang turun [22]. Hasil ini menunjukkan bahwa kenaikan tarif ojek *online* berdampak positif pada peningkatan pendapatan pengemudi.

Kenaikan tarif akan meningkatkan penghasilan pengemudi karena jumlah penumpang turun tidak begitu besar. Kondisi demikian tentu tidak selalu terjadi jika berada di daerah dengan potensi *demand* yang sangat sensitif terhadap kenaikan tarif. Artinya, kenaikan tarif – seberapa pun besarnya – langsung menyebabkan penurunan jumlah penumpang yang sangat signifikan. Hal inilah yang terjadi di Kota Palangka Raya sehingga berdampak pada penurunan pendapatan pengemudi [23]

Karakteristik Penumpang

Sebanyak 200 penumpang ojek *online* di tahun 2018 dan 200 penumpang di tahun 2019 dijadikan responden pada studi ini. Karakteristik responden disarikan pada **Tabel 5**.

Menurut tabel, penumpang perempuan lebih banyak dari laki-laki, dan golongan terbanyak dari pelajar dan mahasiswa diikuti pegawai swasta. Status pengguna sebagian besar belum menikah / belum mempunyai tanggungan keluarga. Frekuensi pemakaian sebagian besar penumpang menggunakan jasa gojek lebih dari 2 kali seminggu. Lebih dari 50% penumpang menggunakan ojek *online* untuk tujuan ke sekolah/kampus atau bekerja. Yang menarik adalah bahwa sebagian besar penumpang ojek *online* memiliki sepeda motor.

Dengan menggunakan atribut seperti pada **Tabel 1**, selanjutnya dihitung *Mean Importance Score (MIS)*, *Mean Satisfaction Score (MSS)*, *Weight Factors (WF)*, *Weight Score (WS)*, *Weighted Total (WT)*, serta *Customer Satisfaction Index (CSI)* tahun 2018 sebagaimana **Tabel 6**.

Dari **Tabel 6** didapat nilai *CSI* pada tahun 2018 sebesar 3,863 dibagi 5 atau senilai 0,773. Nilai 0,773 termasuk kategori puas. Hal ini menunjukkan bahwa

secara umum kinerja ojek *online* sudah baik menurut kacamata penumpang. Hasil rekapitulasi perhitungan nilai *MSS*, *MIS*, *WF*, dan *WS* di tahun 2019 tampak pada **Tabel 7**.

Tabel 5 . Karakteristik Penumpang Ojek Online

No	Kondisi Sosiodemografi dan Perjalanan	Prosentase	
		2018	2019
1	Jenis kelamin		
	Laki - laki	44	33
	Perempuan	56	67
2	Usia penumpang Gojek		
	< 21 tahun	25	32
	21 – 30 tahun	51	42
	31 – 40 tahun	14	17
	41 – 50 tahun	10	7
	> 50 tahun	0	2
3	Pendidikan terakhir		
	SD	2	1
	SLTP	16	7
	SLTA	47	61
	PT	35	32
4	Pekerjaan penumpang		
	Pelajar / mahasiswa	50	42
	Pegawai swasta	22	33
	PNS	9	3
	Wiraswasta	19	15
	Tidak ada	0	7
5	Status pernikahan		
	Menikah	36	27
	Belum menikah	64	73
6	Jumlah tanggungan keluarga		
	Tidak ada tanggungan	57	66
	2 – 4 orang	37	32
	>4 orang	6	2
7	Penghasilan penumpang		
	< 1 juta rupiah	37	36
	1 – 2 juta rupiah	33	26
	> 2 juta rupiah	30	38
8	Jenis kendaraan yang dimiliki		
	Tidak ada	29	28
	Sepeda motor saja	67	57
	Sepeda motor dan mobil	4	15
9	Tujuan		
	Sekolah/kampus	40	25
	Bekerja	19	26
	Pasar / Pusat perbelanjaan	13	8
	Terminal / stasiun	10	14
	Pulang ke rumah	18	27
10	Frekuensi per minggu		
	<= 1 kali	23	26
	2 – 3 kali	41	33
	4 – 5 kali	23	22
	>5kali	13	19

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa *CSI* Go-Jek di Yogyakarta pada tahun 2019 sebesar 0,871 (= 4,353/5) dan masuk kategori sangat puas. Dibandingkan dengan nilai *CSI* di tahun 2018 sebesar 0,773 (puas), maka dapat disimpulkan bahwa kenaikan tarif ojek *online* diikuti dengan layanan yang makin baik dari penyedia jasa (pengemudi). Naiknya nilai *CSI* di

tahun 2019 diakibatkan oleh naiknya *MSS* (semua nilai lebih dari angka 4), dibandingkan dengan *MSS* tahun 2018 di mana banyak yang bernilai di antara 3 dan 4 dari skala likert. Terlebih lagi nilai *MIS* tahun 2019 lebih rendah dari tahun 2018 yang mengakibatkan naiknya tingkat kepuasan di tahun 2019. Nilai *MIS* yang turun menandakan ekspektasi/harapan penumpang juga turun.

Tabel 6 . Weight Score Tahun 2018

Nomor Atribut	<i>MSS</i>	<i>MIS</i>	<i>WF</i>	<i>WS</i>
1	3,975	4,660	0,066	0,262
2	3,940	4,725	0,067	0,263
3	3,415	4,845	0,069	0,234
4	3,925	4,750	0,067	0,264
5	4,025	4,595	0,065	0,262
6	4,065	4,625	0,065	0,266
7	3,505	4,775	0,068	0,237
8	3,890	4,650	0,066	0,256
9	4,075	4,785	0,068	0,276
10	3,925	4,900	0,069	0,272
11	4,040	4,920	0,070	0,281
12	4,065	4,710	0,067	0,271
13	3,915	4,575	0,065	0,253
14	3,575	4,545	0,064	0,230
15	3,615	4,610	0,065	0,236
		70,67		3,863

Tabel 7 . Weight Score Tahun 2019

Nomor Atribut	<i>MSS</i>	<i>MIS</i>	<i>WF</i>	<i>WS</i>
1	4,360	4,650	0,068	0,297
2	4,240	4,505	0,066	0,279
3	4,480	4,625	0,068	0,303
4	4,375	4,550	0,067	0,291
5	4,470	4,590	0,067	0,300
6	4,445	4,465	0,065	0,290
7	4,260	4,550	0,067	0,284
8	4,310	4,555	0,067	0,287
9	4,530	4,575	0,067	0,303
10	4,315	4,615	0,068	0,291
11	4,335	4,620	0,068	0,293
12	4,270	4,475	0,065	0,280
13	4,305	4,590	0,067	0,289
14	4,200	4,535	0,066	0,279
15	4,395	4,460	0,065	0,287
		68,36		4,353

Menurut lembaga riset *Research Institute of Socio-Economic Development (RISED)*, kenaikan tarif ojek *online* dapat menurunkan permintaan (*demand*) layanan, meskipun beberapa konsumen masih menggunakan layanan ojek *online* untuk perjalanan jarak dekat [24]. Dikaitkan dengan studi *RISED*, walaupun ada penurunan *demand* penumpang, namun

secara umum pengemudi mendapatkan pendapatan total lebih tinggi dan di sisi lainnya penumpang juga memperoleh layanan lebih baik. Dengan demikian, bagi Kota Yogyakarta, kebijakan pengaturan tarif yang dilakukan oleh Kementerian Perhubungan sudah tepat.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dapat ditarik kesimpulan bahwa kenaikan tarif ojek *online* di tahun 2019 berdampak pada kenaikan pendapatan pengemudi dibandingkan tahun 2018. Selain itu nilai *CSI* tahun 2019 lebih tinggi dari tahun 2018, yang mengindikasikan bahwa kenaikan tarif dapat meningkatkan indeks kepuasan kepada pengguna ojek *online*.

Saran

Dengan melihat bagian kesimpulan, maka disarankan agar perusahaan transportasi *online* sebisa mungkin melakukan audit secara berkala untuk para pengemudi guna tetap menjaga kualitas pelayanan yang diberikan kepada para penumpang. Selain itu perlu dilakukan studi lanjutan mengenai dampak kenaikan tarif terhadap besarnya *demand* penumpang di beberapa daerah di Indonesia sehingga dapat diketahui di daerah mana saja sensitifitas tarif sangat tinggi dan di wilayah seperti apa sensitifitas tarif cukup rendah dalam penurunan jumlah penumpang. Bagi pemerintah, tingginya potensi penumpang angkutan *online* akan meningkatkan mobilitas dan mengurangi keberlanjutan lingkungan, sehingga perlu diikuti dengan kebijakan untuk mengurangi pencemaran gas buang kendaraan sepeda motor [25].

5. DAFTAR PUSTAKA

- [1] M. Koháni, "Exact Approach to The Tariff Zones Design Problem In Public Transport," *Proc. 30th Int. Conf. Math. Methods Econ. Exact*, pp. 426–431, 2012.
- [2] J. A. Ojekunle, "Analysis of Fare Structure and Determination of Bus Operation in Nigerian Cities," *Int. J. Dev. Soc.*, vol. 3, no. 2, pp. 13–21, 2014.
- [3] A. Parasuraman, V. A. Zeithaml, and L. L. Berry, "A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research," *J. Mark.*, vol. 49, no. 4, p. 41, 1985.
- [4] O. Cats, T. Reimal, and Y. Susilo, "Public transport pricing policy," *Transp. Res. Rec.*, vol. 2415, pp. 89–96, 2014.
- [5] M. R. Hidayat and A. Munawar, "Penanganan Permasalahan Lalulintas Di Kota Pekalongan Dengan Menggunakan Program EMME / 2," *J. Transp.*, vol. 7, no. 1, pp. 13–22, 2007.
- [6] G. Hartomo, "Ojek Online Tumbuh 6 Kali Lipat Dimotori Layanan Antar Makanan," *Okezone.com*, 2019. [Online]. Available: <https://economy.okezone.com/read/2019/10/07/320/2113889/ojek-online-tumbuh-6-kali-lipat-dimotori-layanan-antar-makanan>.
- [7] A. Parasuraman, V. Zeithaml, and L. Berry, "SERVQUAL. A multiple Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality," *J. Retail.*, vol. 64, no. January, pp. 12–40, 1985.
- [8] L. Martínez Caro and J. A. Martínez García, "Measuring Perceived Service Quality in Urgent Transport Service," *J. Retail. Consum. Serv.*, vol. 14, no. 1, pp. 60–72, 2007.
- [9] N. C. Mar'ati and T. Sudarwanto, "Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Ojek Online," 2016.
- [10] P. Wicaksono, "Go-jek Beroperasi di Yogya, Pengemudi Sudah 200 Orang," *Tempo.co, Jakarta*, 2015. [Online]. Available: <https://nasional.tempo.co/read/719439/go-jek-beroperasi-di-yogya-pengemudi-sudah-200-orang>. [Accessed: 08-Apr-2021].
- [11] Kementerian Perhubungan, "Kepmenhub No KP 348 Tahun 2019 Tentang Pedoman Perhitungan Biaya Jasa Penggunaan Sepeda Motor yang Digunakan untuk Kepentingan Masyarakat yang Dilakukan dengan Aplikasi." 2019.
- [12] Risdiyanto, A. Munawar, M. Z. Irawan, M. K. Biddinika, and J. Alfed, "Importance Performance Analysis of Online Motorcycle Taxi Services: Indonesian Passenger Perspective," 2020, no. Icasess 2019, pp. 79–85.
- [13] A. Zahra, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Ojek Online (Studi pada Pelanggan Gojek di Kota Yogyakarta)," Universitas Negeri Yogyakarta, 2017.
- [14] O. E. Semiun, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Angkutan Kota Terhadap

- Kepuasan Dan Loyalitas Penumpang Di Kota Kupang,” *Rekayasa Sipil*, vol. 12, 2018.
- [15] S. Masripah and L. Yarlina, “Tingkat Kepuasan Penumpang Angkutan Udara Full Service Garuda Indonesia di Bandara Mutiara Palu,” *War. Penelit. Perhub.*, vol. 26, 2014.
- [16] D. S. Nababan, J. Paresa, and A. Asnawi, “Analisis Tingkat Kepuasan Penumpang Terhadap Pelayanan Angkutan Pedesaan Rute Kota Merauke-Distrik Kurik,” *Musamus J. Civ. Eng.*, vol. 3, 2021.
- [17] J. D. German and A. D. H. Cabacungan, “Customer Awareness and Satisfaction Analysis on the Use of Motorcycle Taxi Applications in the Philippines,” in *IEEE 8th International Conference on Industrial Engineering and Applications (ICIEA)*, 2021.
- [18] A. B. Santoso, “Cara Menghitung Tingkat Kepuasan Pelanggan,” 2018. [Online]. Available: https://agungbudisantoso.com/cara-menghitung-tingkat-kepuasan-pelanggan/#google_vignette.
- [19] L. F. Rahmasari, R. Nurmalina, and W. B. Priatna, “Analisis Sikap, Konsistensi dan Kepuasan pada Teh Kotak Ultrajaya: An Experimental Marketing Research on IPB Agribusiness Master of Science Students,” *Forum Agribisnis*, vol. 7 No 1, pp. 85–102, 2017.
- [20] A. Anurasyid and I. D. Sumitra, “Elementary School Learning Media Application Based on Android with Customer Satisfaction Index Method,” *IOP Conf. Ser. Mater. Sci. Eng.*, vol. 662, no. 2, 2019.
- [21] F. C. Rosana, “Tarif Ojek Online Naik, Grab: Pendapatan Pengemudi Naik 20 Persen,” *Tempo.co, Jakarta*, 2019. [Online]. Available: <https://bisnis.tempo.co/read/1233603/tarif-ojek-online-naik-grab-pendapatan-pengemudi-naik-20-persen>. [Accessed: 07-Apr-2021].
- [22] S. M. Jannah, “Tarif Baru Ojol Bikin Pendapatan Driver Naik, Tapi Penumpang Turun,” *Tirto.id*, 2019. [Online]. Available: <https://tirto.id/tarif-baru-ojol-bikin-pendapatan-driver-naik-tapi-penumpang-turun-dnzU>. [Accessed: 08-Apr-2021].
- [23] R. Muqaromah, “Dampak kenaikan tarif ojek online bagi mitra pengemudi di kota palangka raya (perspektif hukum ekonomi syariah),” IAIN Palangka Raya, 2020.
- [24] C. M. Annur, “Dampak Tarif Ojek Online Naik, Pengguna Pilih Pemesanan Jarak Dekat,” *katadata.co.id*, 2019. [Online]. Available: <https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/5e9a5192f18a4/dampak-tarif-ojek-online-naik-pengguna-pilih-pemesanan-jarak-dekat>. [Accessed: 29-Mar-2021].
- [25] A. Y. Suatmadi, F. Creutzig, and I. M. Otto, “On-demand motorcycle taxis improve mobility, not sustainability,” *Case Stud. Transp. Policy*, vol. 7, no. 2, pp. 218–229, 2019.