

TANTANGAN SOSIAL DAN PERTUMBUHAN TRANSPORTASI DARAT SERTA KEBIJAKAN PEMERINTAH ATAS TRANSPORTASI DARAT BERBASIS APLIKASI ONLINE

Yulianti Keke
ITL Trisakti
yuliakeke@gmail.com

Yuliantini
ITL Trisakti
ticha_stmt@yahoo.co.id

Veronica
ITL Trisakti
parhusipveronica@gmail.com

ABSTRACT

Increasing mobility of human activities requires transportation modes to be more reliable. The technology offered by online transportation service providers is a new technology in the transportation service industry which can grow rapidly. The technology offered also changes the way consumers use transportation services. This phenomenon also has a major impact on the transportation industry and requires the government to immediately improve regulations on transportation services. Along with consumer behavior that is increasingly digital and more dependent on the internet for daily activities such as information retrieval, shopping, and business transactions, making business both local and foreign begin to present online application-based transportation. The purpose of this study is to analyze and determine the social challenges of transportation and the drivers' growth in online application-based transportation in Indonesia and their influence on government policy. The population was all application users based on online transportation, and obtained as many as 240 respondents gave responses to the questionnaire. Data were collected by interviews, questionnaires and documentation studies, variables studied using a Likert scale. The questionnaire was first tested using validity and reliability testing, analyzed by SEM analysis. The results found in the hypothesis testing of this study are: simultaneously, the social challenges of transportation and the growth of online application-based transportation have a positive and significant influence on government policy. Partially, the online application-based transportation challenge variables in Indonesia have a significant influence on government policy variables, so that they have a positive and significant influence. Partially, the online application-based transportation growth variable has a significant influence on government policy variables, so it has a positive and significant influence. Based on the 11 Goodness of Fit (GOF) criteria models above, the research model has a fairly good model. This means that the measurement model obtained from the data is in accordance with the research hypothesis. This is because of the 11 criteria, there are 8 criteria that have been fulfilled.

Keywords: *Transportation Social Challenges, Government's Policy, Growth Of Online Transportation*

PENDAHULUAN

Mobilitas kegiatan manusia yang semakin tinggi menuntut moda transportasi untuk menjadi lebih handal. Di Indonesia khususnya di kota-kota besar pada umumnya terbiasa menggunakan transportasi umum sehari-hari. Meskipun penggunaan transportasi umum ini jauh dari kata aman dan nyaman, namun masyarakat

dihadapkan pada keadaan sulit untuk memilih opsi transportasi karena transportasi umum yang tersedia tidak mampu mengakomodir kebutuhan akan alat transportasi yang mumpuni dalam hal kecepatan, kenyamanan, keamanan dan ketepatan waktu. Sifat transportasi yang merupakan *derived demand* atau permintaan turunan menjelaskan bahwa

adanya permintaan akan transportasi yang baik didasarkan pada tingginya pemenuhan kebutuhan utama manusia. Kegiatan *commuting* masyarakat di kota besar menjadi kegiatan sehari-hari yang menuntut transportasi sebagai mediator dalam pemenuhan kebutuhan. Teknologi yang ditawarkan penyedia layanan transportasi online merupakan teknologi yang baru di industri jasa transportasi, namun dapat berkembang pesat. Teknologi yang ditawarkan tersebut juga mengubah cara konsumen dalam menggunakan jasa transportasi. Fenomena ini juga berdampak besar bagi industri transportasi dan menuntut pemerintah untuk segera memperbaiki regulasi jasa transportasi. Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh tantangan sosial transportasi berbasis aplikasi online di Indonesia terhadap kebijakan pemerintah secara parsial ?
2. Terdapat pengaruh dari adanya pertumbuhan transportasi berbasis aplikasi online terhadap kebijakan pemerintah secara parsial ?
3. Terdapat pengaruh tantangan sosial transportasi dan pertumbuhan transportasi berbasis aplikasi online terhadap kebijakan pemerintah secara simultan?

KAJIAN PUSTAKA

1. Tantangan Sosial Transportasi

Dalam bukunya yang berjudul *The Geography of Transport System*, Rodrigue, et al. (2009) menjabarkan tantangan-tantangan sosial dalam transportasi sebagai berikut:

a) Kesenjangan mobilitas

Karena mobilitas adalah hal yang fundamental dari transportasi, perbedaan atau variasinya cenderung memiliki dampak substansial terhadap peluang pasar. Kebutuhan mobilitas tidak selalu berjalan mulur karena beberapa faktor, yaitu kurangnya pendapatan, kekurangan waktu, minimnya sarana dan minimnya akses. Mobilitas dan

permintaan transportasi orang bergantung pada status sosial ekonomi mereka. Semakin tinggi pendapatan, semakin tinggi mobilitas, yang dapat menyebabkan kesenjangan mobilitas yang substansial antara kelompok populasi yang berbeda. Kelemahan gender ada dalam mobilitas karena perempuan cenderung memiliki pendapatan lebih rendah. Kesenjangan mobilitas sangat lazim untuk perjalanan jarak jauh. Dengan perkembangan transportasi udara, segmen populasi global telah mencapai tingkat mobilitas yang sangat tinggi untuk aktivitas bisnis dan liburan mereka, sementara sebagian besar penduduk global memiliki sedikit mobilitas. Isu ini diperkirakan akan menjadi lebih akut karena populasi banyak negara maju mengalami penuaan yang cepat, yang menyiratkan bahwa mobilitas tidak akan menjadi masalah pendapatan namun merupakan masalah usia. Pada tahun 2020, sekitar 10% populasi global (719 juta) akan berusia di atas 65 tahun sementara pada tahun 2050 saham ini akan mencapai 16% (1.492 juta).

b) Perbedaan biaya.

Lokasi yang memiliki tingkat aksesibilitas rendah cenderung memiliki biaya lebih tinggi dalam hal transportasi. Pada proses distribusi bahkan untuk kebutuhan pokok seringkali membutuhkan biaya yang lebih tinggi. Biaya transportasi yang dihasilkan semakin tinggi menghambat daya saing lokasi tersebut dan membatasi peluang. Konsumen dan industri akan membayar harga yang lebih tinggi, berdampak pada kesejahteraan mereka (disposable income) dan daya saing.

c) Kemacetan.

Dengan meningkatnya penggunaan sistem transportasi, telah menjadi umum bahwa beberapa jaringan dalam sistem transportasi digunakan

lebih dari kapasitas desain yang sebenarnya. Kemacetan adalah hasil dari situasi seperti itu dengan biaya yang terkait, penundaan dan pemborosan energi.

d) Kecelakaan

Penggunaan moda transportasi dan infrastruktur tidak pernah sepenuhnya aman. Setiap kendaraan bermotor berpeluang memiliki unsur bahaya dan gangguan. Penyebabnya antara lain: kesalahan manusia dan berbagai bentuk kerusakan fisik (mekanik atau infrastruktur), kerusakan dan bahkan kematian terjadi. Kecelakaan cenderung berbanding lurus dengan intensitas penggunaan infrastruktur transportasi yang berarti dengan lalu lintas yang lebih tinggi kemungkinan kecelakaan terjadi. Hal tersebut memiliki dampak sosioekonomi yang penting termasuk perawatan kesehatan, asuransi, kerusakan properti dan hilangnya nyawa. Tingkat keamanan masing-masing tergantung pada moda transportasi dan kecepatan kecelakaan terjadi. Tidak ada mode yang benar-benar aman namun jalan tetap menjadi media transportasi yang paling berbahaya, terhitung 90% dari semua kecelakaan transportasi rata-rata. Di tingkat global sekitar 1,25 juta orang meninggal dalam kecelakaan lalu lintas di tahun 2010, selain 50 juta luka-luka. Di negara berkembang, tingkat kematian biasanya dua kali lebih tinggi dari tingkat negara maju. China memiliki jumlah kematian terbesar di dunia, 250.000 pada tahun 2013, sebuah situasi yang terutama disebabkan oleh pertumbuhan kepemilikan kendaraan yang tajam dalam beberapa tahun terakhir dan kurangnya pendidikan pendorong.

2. Pertumbuhan Perusahaan

Nelson & Winter, 1982 menjelaskan bahwa *Growth* atau Pertumbuhan adalah output dari organisasi yang dihasilkan melalui kombinasi dari sumber daya, kemampuan, dan rutinitas perusahaan

yang spesifik. Sementara Hakkert & Kemp, 2006 menjelaskan firm growth atau pertumbuhan perusahaan adalah peningkatan atribut tertentu seperti sales, pekerja, dan atau profit. Pertumbuhan perusahaan adalah peningkatan atribut tertentu, seperti penjualan, pekerjaan, dan/atau keuntungan perusahaan diantara dua titik waktu yang berbeda.

Pertumbuhan perusahaan dapat ditentukan oleh seberapa berhasil seseorang menjual produk dan layanan kepada pelanggan. Oleh karena itu, orientasi pasar dapat dianggap sebagai penentu pertumbuhan yang penting. Zhou, H. & Wit, G.D. (2009) mengungkapkan perusahaan yang berorientasi pada market dapat melacak dan merespons kebutuhan dan preferensi pelanggan lebih baik. Mereka lebih cenderung mengembangkan *market intelligence* mereka dan juga memiliki kemampuan untuk mengkoordinasikan proses internal untuk merespons dengan cepat dan efektif bagi pelanggan dan stakeholders. Pada akhirnya, orientasi pasar memungkinkan kepuasan pelanggan dan pemangku kepentingan yang lebih baik yang pada gilirannya menghasilkan pertumbuhan perusahaan (Hult, Snow & Kandemir, 2003; Narver & Slater, 1990). Beberapa faktor yang dari beberapa disiplin ilmu mengungkap bahwa firm attributes, strategy seperti market orientation dan entrepreneurial orientation, sumber daya specific perusahaan termasuk sumber daya manusia dan sumber finansial, struktur organisasi dan kapabilitas yang dinamis. (Zhou, H. & Wit, G.D., 2009) Peningkatan drastis dari penyedia layanan transportasi online tidak lepas dari model bisnis yang ditawarkan dan diterapkan oleh perusahaan *start-up* ini. Menilik lebih dalam pada beberapa elemen yang terdapat pada bisnis model, berikut ini yang dipaparkan oleh beberapa ahli yang menjadi komponen dari *business model canvas* masing-masing penyedia transportasi online. Drakulevski, Nakov (2014) memaparkan

komponen dalam business model pada:
melalui:

- a) value proposition
- b) target customer
- c) customer handling/distribution channel
- d) customer interfaces/relationship
- e) value configuration
- f) capability/core competency
- g) partner network and cost structure
- h) revenue model.

Sementara Bocken et al. (2014) memaparkan business model melalui penciptaan nilai dan penyampaian aktivitas utama, sumber daya, saluran, mitra, dan teknologi, penciptaan nilai dengan struktur biaya serta arus pendapatan. Menilik pada business model canvas yang dimiliki baik Gojek, Uber, maupun Grab, ketiga penyedia jasa transportasi online ini memiliki *value proposition* yang serupa satu sama lain untuk customer dan juga driver sebagai mitra. Value proposition adalah pernyataan tertulis yang memusatkan semua aktivitas pasar organisasi ke elemen penting pelanggan yang menciptakan perbedaan yang signifikan dalam proses keputusan pelanggan untuk memilih dan atau membeli penawaran organisasi dibanding pesaing" (Fifield, 2007:443).

Lanning (1998:55) mendefinisikan proposisi nilai sebagai keseluruhan rangkaian pengalaman, termasuk nilai uang yang dibawa oleh sebuah organisasi kepada pelanggan. Pelanggan mungkin menganggap rangkaian atau kombinasi pengalaman ini "superior, setara atau inferior terhadap alternatif". Customer segment merupakan salah satu komponen business model canvas yang berhubungan langsung dalam kegiatannya dengan konsumen. Selain daripada itu, channel atau saluran yang digunakan oleh perusahaan juga merupakan komponen lain yang berkaitan langsung dengan customer. Proposisi nilai, segmentasi dan saluran dianggap paling dominan. Dimana ketiga perusahaan penyedia transportasi online tersebut memasukkan unsur-unsur berikut

- a) Value Proposition
 - Waktu tunggu minimum
 - Harga lebih murah disbanding transportasi konvensional
 - Pembayaran non-tunai
 - Keamanan (*Track and Trace* melalui GPS)
 - *Estimated time arrival* (Perkiraan waktu tiba)
 - *Reliability* (Keandalan)
 - *Certainty* (Kepastian)

- b) Customer Segments
 - Penduduk yang tidak memiliki kendaraan pribadi
 - Pelajar
 - Karyawan
 - Pebisnis

- c) Channels
 - Website
 - Mobile applications untuk platform Android
 - Mobile applications untuk platform IOS

3. Kebijakan Pemerintah

Kebijakan Pemerintah memainkan peranan penting dalam menentukan kesuksesan untuk perusahaan baru (Yedluri & Veronica, 2016). Pemerintah memiliki sejumlah besar instrumen untuk melaksanakan kebijakan transportasi. Instrumen yang sangat penting adalah kepemilikan publik. Kontrol langsung oleh Negara bagi transportasi sangat meluas, salah satu yang paling umum adalah penyediaan infrastruktur transportasi seperti jalan, pelabuhan, bandara, dan kanal oleh badan usaha publik. Kepemilikan publik juga mencakup pengoperasian moda transportasi. Di banyak negara, perusahaan penerbangan, kereta api, feri dan angkutan kota dimiliki dan dioperasikan oleh agensi publik. (Rodrigue, et al., 2009) Kebijakan pemerintah adalah segala aturan yang dibuat oleh pemerintah untuk mengatur

perusahaan dan kegiatan bisnis. Belum lama ini mengacu pada Peraturan Menteri Perhubungan (Permenhub) No 32 Tahun 2016 tentang Penyelenggaraan Angkutan Orang dengan Kendaraan Bermotor Umum Tidak dalam Trayek, khususnya yang mengatur operasional armada berbasis aplikasi online atau model bisnis e-hailing. Pada awalnya Permen ini disosialisasikan pada 1 Oktober 2016 hingga sekarang. Pada 28 Maret 2016, aturan tersebut berlaku efektif enam bulan setelah diterbitkan atau efektif berlaku mulai 1 Oktober 2016.

METODE PENELITIAN

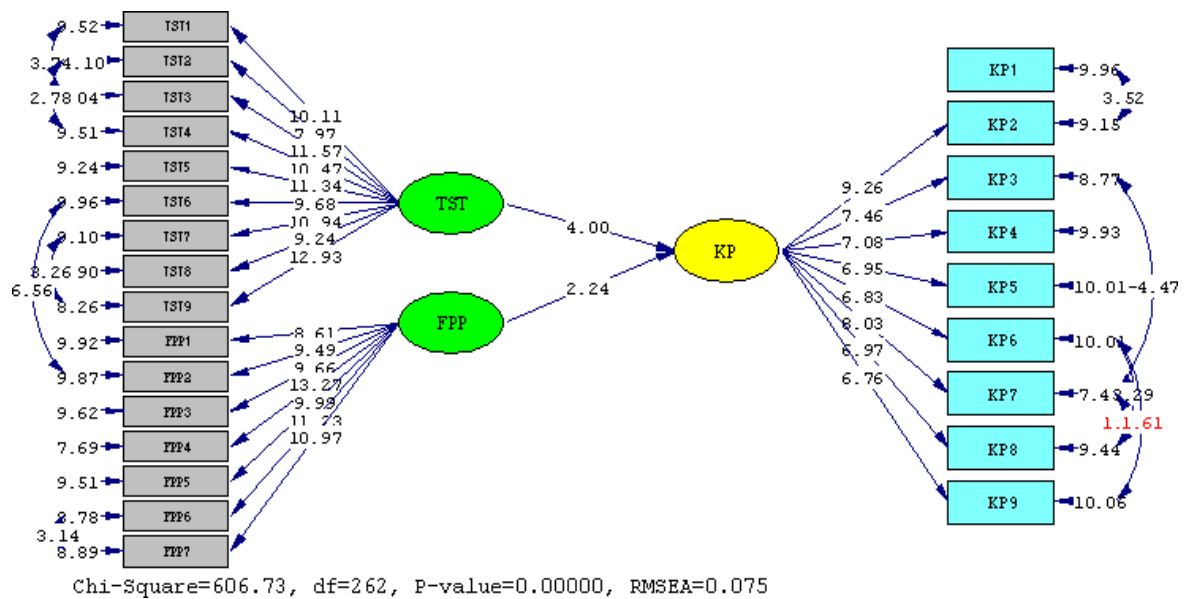
Tempat penelitian ini mengambil lokasi di Jakarta, mengingat Jakarta merupakan pasar terbesar transportasi online ini namun Jabodetabek menjadi area observasi. Tahap-tahap dalam pelaksanaan kegiatan ini rencananya akan dimulai dari tahap persiapan, observasi, sampai dengan penulisan laporan penelitian. Secara keseluruhan semua kegiatan dilakukan selama kurang lebih 6 bulan, yaitu sejak bulan Mei 2017 sampai November 2017. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah SEM. Untuk mengolah data responden, peneliti akan menggunakan SEM dengan program Lisrel 8.70. Structural Equation Modeling (SEM) merupakan suatu teknik statistik yang mampu menganalisis variabel laten, variabel teramati, dan kesalahan pengukuran secara langsung. SEM mampu menganalisis hubungan antara variabel laten dengan

variabel indikatornya, hubungan antara variabel laten yang satu dengan variabel laten yang lain, dan juga untuk mengetahui besarnya kesalahan pengukuran (Wijanto, 2008). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna transportasi darat berbasis aplikasi online, dan didapat sebanyak 240 responden memberikan responnya terhadap kuesioner tersebut. Data dikumpulkan dengan wawancara, daftar pertanyaan dan studi dokumentasi, variabel-variabel yang diteliti menggunakan skala likert. Daftar pertanyaan terlebih dahulu diuji dengan menggunakan pengujian validitas dan reliabilitas, dianalisis dengan analisis SEM.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan output t values dapat dilihat bahwa dari variabel Tantangan Sosial Transportasi (TST) memberikan pengaruh signifikan kepada variabel KP yang dapat dilihat dengan nilai $t = 4.00 > 1.96$ jadi dengan demikian memiliki pengaruh positif dan signifikan. Selanjutnya variabel Faktor Pendukung Pertumbuhan Perusahaan (FPP) memberikan pengaruh signifikan kepada variabel Keputusan Pembelian (KP) yang dapat dilihat dengan nilai $t = 2.24 > 1.96$ jadi dengan demikian memiliki pengaruh positif dan signifikan. Berdasarkan nilai t dapat dilihat bahwa pengaruh paling besar yang memengaruhi Keputusan Pembelian (KP) adalah Tantangan Sosial Transportasi (TST). Dengan demikian, berdasarkan uji pengaruh maka dapat dilihat bahwa pengaruh pada masing-masing variabel independen dalam penelitian ini telah terbukti signifikan.

Gambar 2.1
T values



Sumber: Output Lisrel hasil olahan Peneliti

Untuk nilai *Goodness of Fit (GOF) Model* berdasarkan data sampel ini diperoleh sebagai berikut:

Tabel 2.2 GOF Model

Ukuran GOF	Target Kecocokan	Keterangan
Normal Theory Weighted Least Squares Chi-Square = 606.73 (P= 0.00)	P Value > 0.05	No Fit
RMSEA = 0.075	$0.05 \leq \text{RMSEA} < 0.08$	Medium Fit
NFI = 0.90	≥ 0.90	Good Fit
NNFI = 0.92	≥ 0.90	Good Fit
CFI = 0.93	≥ 0.90	Good Fit
IFI = 0.93	≥ 0.90	Good Fit
RFI = 0.88	≥ 0.90	No Fit
RMR = 0.063	≤ 0.10	Good Fit
Standardized RMR = 0.069	≤ 0.10	Good Fit
GFI = 0.83	≥ 0.90	No Fit
AGFI = 0.80	$0.80 \leq \text{AGFI} < 0.90$	Medium Fit

Berdasarkan 11 kriteria *Goodness of Fit (GOF) Model* diatas maka model penelitian telah memiliki model yang cukup baik. Artinya model pengukuran yang diperoleh dari data telah sesuai dengan hipotesis penelitian. Hal ini dikarenakan dari 11 kriteria yang ada, terdapat 8 kriteria yang sudah terpenuhi. Sehingga didapat hasil bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antangan sosial transportasi berbasis aplikasi online dan pertumbuhan transportasi berbasis aplikasi online di Indonesia sangat signifikan berpengaruh terhadap kebijakan pemerintah.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil temuan diatas, dapat disimpulkan bahwa tantangan sosial transportasi berbasis aplikasi online dan pertumbuhan transportasi berbasis aplikasi online di Indonesia sangat signifikan berpengaruh terhadap kebijakan pemerintah. Selanjutnya dari kedua variable tersebut, tantangan sosial transportasi berbasis aplikasi online secara kuat dan signifikan berpengaruh terhadap kebijakan pemerintah. Kemudian, berdasarkan 11 kriteria *Goodness of Fit (GOF) Model* diatas maka model penelitian telah memiliki model yang cukup baik, hal ini dikarenakan dari 11 kriteria yang ada, terdapat 8 kriteria yang sudah terpenuhi. Artinya model pengukuran yang diperoleh dari data telah sesuai dengan hipotesis penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta, 2006
- Ballon, P. (2007). Business modelling revisited: the configuration of control and value. *Info*, 9, 6–19, DOI: 10.1108/14636690710816417
- Drakulevski, L., Nakov, L. (2014). Managing Business Model as Function of Organizational Dynamism. *Management*, 72, 37–44, DOI: 10.7595/management.fon.2014.0025
- Fifield, P. (2007). *Marketing Strategy Masterclass: Making Marketing Strategy Happen*. Butterworth-Heinemann
- Ghauri, P., & Grønhaug, K. (2002). *Research Methods In Business Studies: A Practical Guide* (2nd ed.). Person Education.
- Hakkert, R., & Kemp, R. G. M. 2006. *An Ambition to Grow: A multidisciplinary perspective on the antecedents of growth ambitions, EIM SCALES*. Zoetermeer: EIM.
- Hult, G. T. M., Snow, C. C., & Kandemir, D. 2003. The role of entrepreneurship in building cultural competitiveness in different organizational types. *Journal of Management*, 29(3): 401–426.
- Kinderis, R. (2012). Verslo modeliai – Ekonomika ir vadyba: aktualijos ir perspektyvos, 1, 17–27
- Husein Umar, *Metode Riset Bisnis*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2003
- Lanning, M. (1998). *Delivering Profitable Value: A Revolutionary Framework to Accelerate Growth, Generate Wealth, and Rediscover the Heart of Business*. Basic Books.
- Nelson, R. R., & Winter, S. G. 1982. *An evolutionary theory of economic change*. Cambridge, MA: Belknap Press of Harvard University Press.
- Peters, F., Kleef, E., Snijders, R., Elst, J. (2013). The Interrelation between Business Model Components – Key Partners Contributing to a Media Concept. *Journal of Media Business Studies*, 10, 1–22.

- Rodrigue, J-P; Comtois, C.; Slack, B. (2009). *The Geography of Transport Systems* (2nd ed.). London: Routledge. ISBN 978-0-415- 48324-7
- uber-works- business-model-revenue-uber-insights/
- Riduwan dan Sunarto, (2012) *Pengantar Statistika Untuk Penelitian: Pendidikan, Sosial, Komunikasi, Ekonomi, dan Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Sekaran, Uma dan Roger Bougie., (2010) *Research Methods For Business* (Fifth Edition), West Sussex: Wiley,
- Serrat, O. (2012). *Business model innovation*. Washington, DC: Asia Development bank Sugiyono, (2013) *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta
- White, M.A, Bruton, G.D., (2011) *The Management of Technology and Innovation: A Strategic Approach*, Second Edition
- Widiyanto, Ibnu. 2008. *Pointers : Metodologi Penelitian*. Semarang: BP Undip
- Wijanto, S.H., (2008) "Structural Equation Model dengan LISREL 8.8." Yogyakarta: Graha Ilmu
- Yedluri, Mahesh B. dan Veronica (2016) *Decision Framework for Localization of Pharmaceutical Manufacture with Applications in Malaysia and Indonesia*. DSpace@mit. available at: <http://hdl.handle.net/1721.1/103083>
- Zhou, H. & Wit, G.D. (2009). *Determinants and Dimensions* Articles:
- Jungleworks. (2018, Januari 09). *How Uber Works: Insights into the Business & Revenue Model* [Blog post]. Retrieved from: <http://nextjuggernaut.com/blog/how>