

KARAKTERISTIK PENGGUNA TRANSPORTASI ONLINE RODA DUA DI KOTA PALU

Rahmatang Rahmana*, Sari Puji Lestari^b, Taslim Bahar^c, Moh Sutrisnod
Program Studi Teknik Sipil, Universitas Tadulako, Palu, Indonesia

ABSTRAK

Penggunaan transportasi online roda dua di Kota Palu meningkat pesat yang perlahan menggantikan transportasi konvensional. Sehingga, perlu dilakukan penelitian yang bertujuan mengidentifikasi karakteristik pengguna dan faktor dominan yang mendorong peralihan tersebut. Pengumpulan data dengan cara menyebarkan kuesioner dan wawancara kemudian diuji validitas dan reliabilitasnya, serta dianalisis secara deskriptif untuk mengidentifikasi karakteristik pengguna dan faktor dominan dalam penggunaan transportasi online di Kota Palu. Hasil dari penelitian ini didapatkan karakteristik pengguna berusia 17-25 tahun sebanyak (84%), dengan perempuan sebanyak (64%). Mayoritas pengguna memiliki pendidikan SMA/SMK (55%) dan (55,5%) dari mereka adalah mahasiswa serta berpenghasilan di bawah Rp 1.000.000 per bulan sebanyak (61%). Selain karakteristik pengguna, dari penelitian ini juga diperoleh faktor dominan yang mempengaruhi pemilihan moda transportasi ini berupa kualitas layanan dianggap sangat penting oleh 93% responden, tarif yang terjangkau dipilih oleh 90,5% responden, dan ketersediaan pengemudi yang dipilih oleh 90% responden. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa pengguna transportasi online di Kota Palu memilih layanan ini bukan hanya karena kebutuhan mobilitas, tetapi juga karena kualitas dan efisiensi layanan yang selaras dengan gaya hidup modern. Selain itu, tarif yang terjangkau serta ketersediaan pengemudi kapan pun diperlukan membuat transportasi online menjadi solusi praktis dan relevan bagi pengguna dengan mobilitas tinggi dan penghasilan menengah ke bawah.

Kata Kunci : transportasi *online*, roda dua, karakteristik pengguna, faktor dominan, kuesioner.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan termasuk dalam sektor transportasi. Salah satu inovasi yang paling menonjol dalam dekade terakhir adalah munculnya layanan transportasi berbasis aplikasi online. Fenomena ini menimbulkan pergeseran signifikan dalam pilihan moda transportasi masyarakat seperti halnya di Kota Palu. Perubahan ini dipengaruhi oleh berbagai faktor termasuk kemampuan layanan transportasi online dalam menentukan rute yang lebih efisien serta kenyamanan yang ditawarkan (Efendi dkk., 2018).

Berdasarkan permasalahan diatas penting untuk memahami karakteristik penggunaan transportasi online di Kota Palu. Karakteristik ini mencakup aspek-aspek seperti profil demografi pengguna, frekuensi penggunaan, serta tujuan utama mereka dalam menggunakan transportasi online. Selain itu, faktor-faktor dominan yang mempengaruhi keputusan masyarakat untuk memilih transportasi online dibandingkan dengan moda transportasi lainnya juga perlu diidentifikasi seperti kemudahan akses, fleksibilitas, tarif yang lebih terjangkau, serta kualitas layanan yang lebih baik menjadi aspek penting yang turut menentukan keputusan tersebut.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Transportasi konvensional

Transportasi konvensional yang sudah umum digunakan di Indonesia terdiri dari beberapa jenis seperti bus, taksi, angkutan kota, bajaj, dan ojek. Namun banyak dari mereka masih belum memenuhi standar kenyamanan dan keamanan bagi pengguna (Efendi dkk., 2018). Contohnya, angkutan kota yang sering menyebabkan kemacetan dan kurangnya kenyamanan bagi penumpang serta masalah keamanan yang membuat masyarakat enggan menggunakan transportasi konvensional.

Transportasi online

Transportasi online merupakan salah satu bentuk penyelenggara lalu lintas dan angkutan jalan yang berjalan dengan mengikuti serta memanfaatkan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi. Transportasi online menawarkan kemudahan, biaya yang lebih murah, serta kenyamanan dan keamanan yang lebih terjamin. Tidak mengherankan jika banyak orang beralih dari moda transportasi konvensional ke transportasi online (Aziah dan Adawia, 2018).

Karakteristik pengguna transportasi online

Dalam konteks transportasi online, karakteristik penggunaan mencerminkan berbagai aspek dari pengalaman pengguna dan bagaimana layanan memenuhi kebutuhan mereka.

1) Demografi pengguna

Secara garis besar pengguna transportasi online cenderung adalah penduduk yang relatif muda, memiliki tingkat pendidikan yang baik dan memiliki stabilitas finansial yang memadai (Kamal, 2021).

2) Frekuensi dan pola penggunaan

Frekuensi penggunaan transportasi online bisa harian, mingguan, atau bulanan. Pola penggunaan transportasi online bervariasi diantara pengguna tergantung dari kebutuhan dan keperluan pengguna itu sendiri.

Faktor dominan dalam pemilihan transportasi online

Menurut Riyono dan Budiharja, (2015) bahwa penting untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pengguna dalam memilih layanan transportasi online.

1) Kemudahan akses

Teknologi berbasis aplikasi memungkinkan pengguna memesan kendaraan secara praktis hanya dengan beberapa klik. Fitur-fitur seperti pelacakan kendaraan secara real-time, estimasi waktu kedatangan, serta opsi pembayaran yang fleksibel (tunai maupun non-tunai) semakin mempermudah pengguna.

2) Kualitas layanan

Kualitas layanan mencerminkan sejauh mana transportasi online mampu memenuhi kebutuhan dan harapan pengguna. Faktor ini meliputi berbagai aspek, termasuk keramahan pengemudi, kebersihan kendaraan, keamanan selama perjalanan, dan keandalan layanan.

3) Tarif transportasi online

Faktor utama dalam analisis preferensi adalah harga, termasuk tarif yang ditawarkan dan adanya promosi atau diskon yang dapat mempengaruhi keputusan pengguna.

4) Kecepatan dan efisiensi

Kecepatan dan efisiensi merupakan alasan utama transportasi online menjadi pilihan populer, terutama di daerah perkotaan dengan tingkat mobilitas tinggi.

5) Fleksibilitas rute perjalanan transportasi online

Fleksibilitas rute merupakan suatu keunggulan utama dimana pengguna transportasi online dapat menentukan rute perjalanan secara langsung melalui aplikasi yang memungkinkan penyesuaian rute tercepat untuk menghindari kemacetan.

6) Ketersediaan pengemudi

Kemudahan menemukan pengemudi di lokasi dan waktu tertentu membuat transportasi online lebih menarik bagi pengguna yang mementingkan efisiensi dan kenyamanan.

Uji validitas

Menurut Khasanah dkk., (2021), validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan kevalidan atau kesahihan suatu instrumen penelitian. Di dalam menentukan layak dan tidaknya suatu item yang akan digunakan, biasanya dilakukan uji signifikansi koefisien korelasi pada taraf signifikansi 0,05 yang artinya suatu item dianggap valid jika berkorelasi signifikan terhadap skor total. Rumus yang digunakan untuk menguji validitas ada rumus korelasi product moment sebagai berikut :

$$r = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{\sqrt{(n \sum x^2 - (\sum x)^2)(n \sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

Keterangan :

r = koefisien validitas yang

dicari n = banyaknya responden

$\sum x$ = jumlah skor butir

$\sum y$ = jumlah skor total

$\sum xy$ = jumlah perkalian antara skor butir dengan

skor total $\sum x^2$ = jumlah kuadrat skor butir

$\sum y^2$ = jumlah kuadrat skor total

Uji reliabilitas

Reliabilitas mengacu pada sejauh mana alat ukur tetap konsisten dan stabil ketika digunakan secara berulang pada subjek yang sama. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan pengujian menggunakan teknik analisis Cronbach Alpha (α). Rumus yang digunakan untuk menghitung nilai reliabilitas sebagai berikut :

Keterangan :

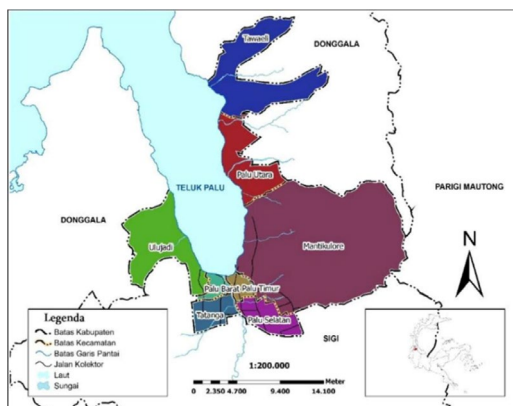
$$R = \frac{n}{n-1} \left(1 - \frac{\sum si}{s}\right)$$

R = koefisien reliabilitas *cronbach alpha*
n = jumlah pertanyaan dalam kuesioner
 $\sum si$ = varians masing-masing item
s = varians skor total

3. METODE PENELITIAN

Lokasi penelitian

Penelitian ini berlokasi di Kota Palu, Sulawesi Tengah, dengan fokus pada area berpenduduk padat dan aktivitas tinggi, khususnya di Kecamatan Mantikulore dan Kecamatan Palu Timur.

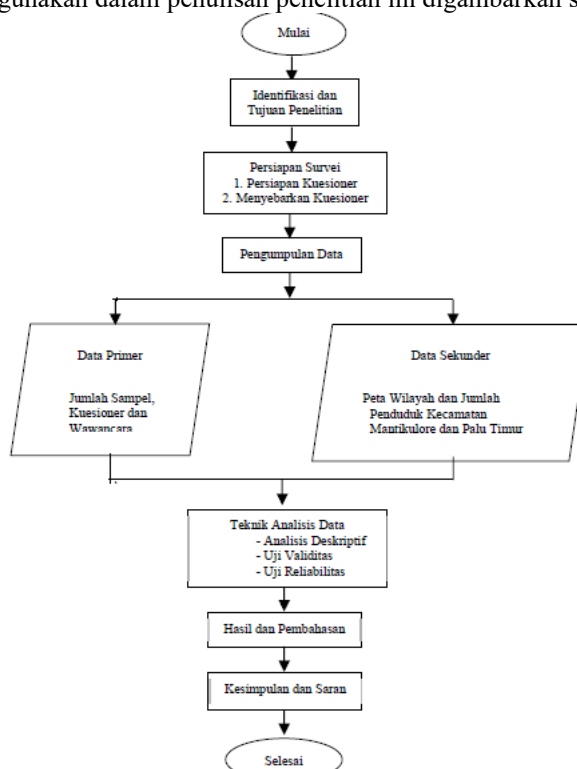


Gambar 1. Peta Wilayah Kota Palu

Sumber : *Research Gate 2024*

Tahapan Penelitian

Tahapan penelitian yang digunakan dalam penulisan penelitian ini digambarkan sebagai berikut.



Gambar 2. Bagan Alir Penelitian

Populasi dan sampel

Populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh pengguna transportasi online di Kota Palu, khususnya yang berada di Kecamatan Kecamatan Mantikulore dan Kecamatan Palu Timur. Populasi ini terdiri dari berbagai

kelompok demografis, termasuk usia, jenis kelamin, pekerjaan, dan latar belakang sosial-ekonomi, yang semuanya memiliki potensi menggunakan transportasi online sebagai moda transportasi dalam kehidupan sehari-hari. Jumlah penduduk di Kecamatan Mantikulore adalah 83.786 jiwa, sementara di Kecamatan Palu Timur adalah 44.738 jiwa, sehingga total populasi yang dijadikan dasar penelitian adalah 128.524 jiwa. Data ini diperoleh dari Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Palu, Tahun 2024, yang merupakan sumber resmi dan mencerminkan kondisi populasi terkini.

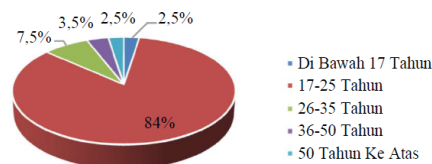
4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik pengguna transportasi online

Dalam penelitian ini, dari 230 kuesioner yang disebar, 200 kuesioner valid digunakan untuk analisis, sementara 20 lainnya dianggap tidak valid karena tidak lengkap atau tidak memenuhi kriteria pengguna transportasi online. Sehingga, pada bagian ini menyajikan ringkasan mengenai profil demografis responden, seperti usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, dan pendapatan.

Usia Pengguna Transportasi Online

Berdasarkan hasil survei terhadap 200 responden, Gambar 3. persentase jumlah pengguna transportasi online berdasarkan kelompok usia.

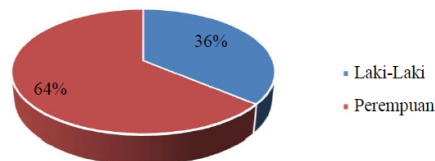


Gambar 3. Usia pengguna transportasi online

Dari data yang diperoleh, kelompok usia 17–25 tahun merupakan pengguna dominan layanan transportasi online, dengan 168 responden (84%) dari total sampel. Sementara itu, kelompok usia dengan jumlah pengguna terkecil adalah di bawah 17 tahun dan 50 tahun ke atas, masing-masing dengan 5 responden (2,5%).

Jenis Kelamin Pengguna Transportasi Online

Berdasarkan hasil survei terhadap 200 responden, Gambar 4 menyajikan persentase jumlah pengguna transportasi online berdasarkan jenis kelamin.

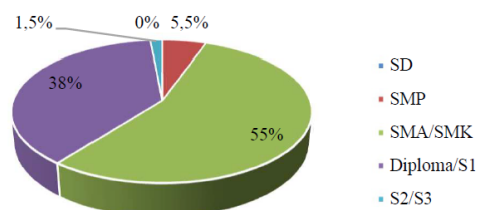


Gambar 4. Jenis kelamin pengguna transportasi online

Berdasarkan data yang diperoleh, jumlah pengguna transportasi online berdasarkan jenis kelamin menunjukkan bahwa kelompok perempuan merupakan pengguna dominan, dengan 128 responden (64%) dari total sampel. Sementara itu, kelompok laki-laki terdiri dari 72 responden (36%).

Pendidikan terakhir pengguna transportasi online

Berdasarkan hasil survei terhadap 200 responden, Gambar 5. menyajikan persentase jumlah pengguna transportasi online berdasarkan pendidikan terakhir.

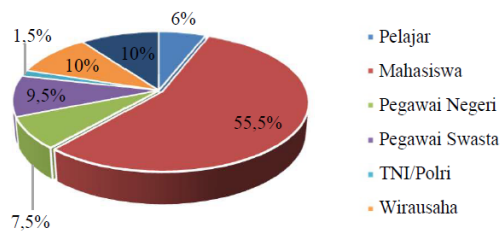


Gambar 5. Pendidikan terakhir pengguna transportasi online

Berdasarkan data yang diperoleh, kelompok pengguna transportasi online dengan pendidikan terakhir SMA/SMK mendominasi, dengan 110 responden (55%) dari total sampel. Sementara itu, kelompok dengan pendidikan terakhir S2/S3 merupakan kelompok terkecil, dengan 3 responden (1,5%).

Pekerjaan pengguna transportasi online

Berdasarkan hasil survei terhadap 200 responden, Gambar 6. menyajikan persentase jumlah pengguna transportasi online berdasarkan pekerjaan terakhir.

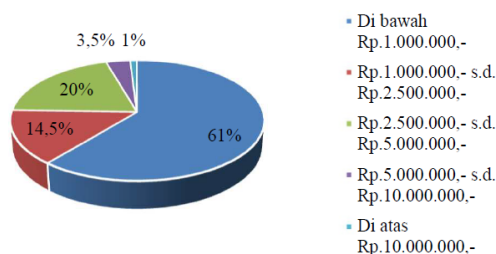


Gambar 6. Pekerjaan pengguna transportasi online

Berdasarkan data yang diperoleh, mayoritas pengguna transportasi online adalah mahasiswa, dengan 111 responden (55,5%) dari total sampel. Sementara itu, kelompok TNI/Polri memiliki jumlah pengguna terkecil, yakni 3 responden (1,5%).

Pendapatan pengguna transportasi online

Berdasarkan hasil survei terhadap 200 responden, Gambar 7 menyajikan persentase jumlah pengguna transportasi online berdasarkan tingkat pendapatan.



Gambar 7. Pendapatan pengguna transportasi online

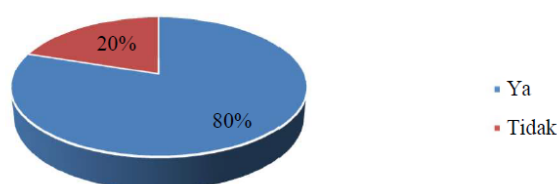
Berdasarkan data yang diperoleh, sebagian besar pengguna transportasi online memiliki pendapatan di bawah Rp. 1.000.000, dengan 122 responden (61%) dari total sampel. Sebaliknya, kelompok dengan pendapatan di atas Rp. 10.000.000 merupakan kelompok terkecil, dengan hanya 2 responden (1%).

Pola penggunaan transportasi online

Bagian ini membahas pola penggunaan layanan transportasi online oleh responden berdasarkan hasil kuesioner. Analisis dilakukan terhadap karakteristik penggunaan, mencakup frekuensi penggunaan, tingkat pemilihan layanan roda dua, serta tujuan perjalanan pengguna.

Tingkat Penggunaan Layanan Transportasi Roda Dua

Berdasarkan hasil survei terhadap 200 responden, Gambar 8. menyajikan persentase jumlah pengguna transportasi online berdasarkan tingkat penggunaan layanan roda dua.

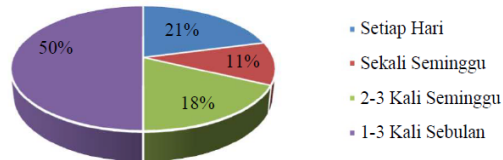


Gambar 8. Tingkat penggunaan layanan transportasi roda dua

Berdasarkan data yang diperoleh, 160 responden (80%) menyatakan pernah menggunakan layanan transportasi online roda dua, sementara 40 responden (20%) tidak menggunakannya. Alasan utama tidak menggunakan layanan roda dua antara lain adalah lebih memilih layanan transportasi online roda empat dan lebih sering menggunakan kendaraan pribadi.

Frekuensi penggunaan layanan transportasi online

Berdasarkan hasil survei terhadap 200 responden, Gambar 9 menyajikan persentase frekuensi penggunaan layanan transportasi online.

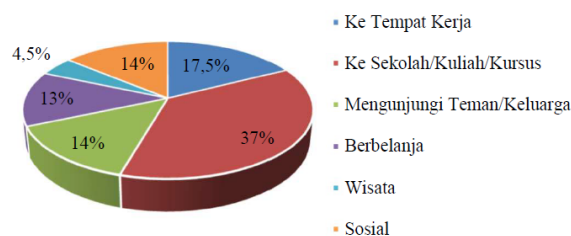


Gambar 9. Frekuensi penggunaan transportasi online

Berdasarkan data yang diperoleh, mayoritas pengguna transportasi online menggunakan layanan 1-3 kali sebulan, dengan 100 responden (50%) dari total sampel. Sementara itu, kelompok yang menggunakan layanan sekali seminggu memiliki jumlah pengguna terkecil, yakni 22 responden (11%).

Tujuan perjalanan penggunaan layanan transportasi online

Berdasarkan hasil survei terhadap 200 responden, Gambar 10 menyajikan persentase tujuan perjalanan pengguna layanan transportasi online.



Gambar 10. Tujuan perjalanan pengguna transportasi online

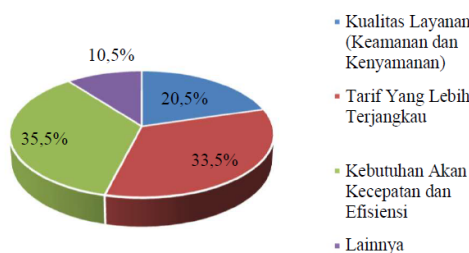
Berdasarkan data yang diperoleh, mayoritas pengguna transportasi online menggunakan layanan untuk ke sekolah/kuliah/kursus, dengan 74 responden (37%) dari total sampel. Sementara itu, tujuan perjalanan wisata memiliki jumlah pengguna terkecil, yakni 9 responden (4,5%).

Faktor – faktor pemilihan moda transportasi online

Bagian ini membahas faktor – faktor yang mempengaruhi pemilihan moda transportasi online oleh responden berdasarkan hasil kuesioner. Analisis mencakup beberapa aspek seperti alasan utama memilih transportasi online dan alasan pendukung memilih transportasi online.

Alasan utama memilih layanan transportasi online

Berdasarkan hasil survei terhadap 200 responden, Gambar 11 menyajikan persentase alasan utama memilih layanan transportasi online.

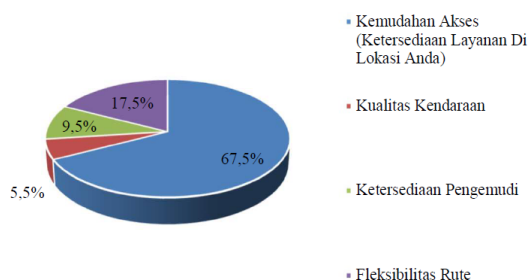


Gambar 11. Alasan Utama Pengguna Memilih Transportasi Online

Berdasarkan data yang diperoleh, alasan utama memilih transportasi online yang paling dominan adalah kebutuhan akan kecepatan dan efisiensi, dengan 71 responden (35,5%) dari total sampel. Sementara itu, alasan lainnya merupakan kelompok terkecil, dengan 21 responden (10,5%).

Alasan pendukung memilih layanan transportasi online

Berdasarkan hasil survei terhadap 200 responden, Gambar 12 menyajikan persentase alasan pendukung memilih layanan transportasi online.



Gambar 12. Alasan Pendukung Pengguna Memilih Transportasi Online

Berdasarkan data yang diperoleh, alasan pendukung memilih transportasi online yang paling dominan adalah kemudahan akses, dengan 135 responden (67,5%) dari total sampel. Sementara itu, alasan kualitas kendaraan merupakan kelompok terkecil, dengan 11 responden (5,5%).

Analisis faktor dominan dalam penggunaan transportasi online

Bagian ini bertujuan untuk mengidentifikasi seberapa penting setiap faktor dalam mempengaruhi keputusan pengguna dalam memilih layanan transportasi online. Pada bagian ini, beberapa faktor yang sering dianggap sebagai pertimbangan utama oleh pengguna dianalisis secara mendalam. Setiap faktor akan dinilai responden dengan menggunakan skala Likert untuk mengukur tingkat pentingnya. Hasil analisis faktor dominan ini disusun secara rinci pada Tabel 1 berikut.

Tabel 1. Faktor penggunaan transportasi *online*

Faktor Penggunaan Transportasi Online	Alternatif Jawaban				
	Sangat Penting	Penting	Netral	Tidak Penting	Sangat Tidak Penting
Kemudahan akses	117	57	25	1	0
Kualitas layanan	132	54	13	1	0
Tarif yang terjangkau	117	64	17	2	0
Kecepatan dan efisiensi	111	56	31	2	0
Fleksibilitas rute	101	60	37	2	0
Ketersediaan pengemudi	117	63	19	0	1
Total Nilai	695	354	142	8	1

Berdasarkan Tabel 1 faktor dominan dalam penggunaan transportasi online meliputi kualitas layanan (93%), tarif terjangkau (90,5%), ketersediaan pengemudi (90%), kemudahan akses (87%), kecepatan dan efisiensi (83,5%), serta fleksibilitas rute (80,5%). Hal ini menunjukkan bahwa kenyamanan, harga, dan aksesibilitas menjadi prioritas utama bagi pengguna.

Uji validitas dan reliabilitas kuesioner

Uji validitas bertujuan untuk memastikan bahwa setiap pertanyaan dalam kuesioner benar – benar relevan dan mengukur variabel yang ingin dianalisis.

Tabel 2. Hasil uji validitas faktor dominan dengan SPSS

No	Pertanyaan	Koefisien Korelasi	rtabel	Keterangan
1	Kemudahan akses	0,674	0.138	Valid
2	Kualitas layanan	0,705	0.138	Valid
3	Tarif yang terjangkau	0,799	0.138	Valid
4	Kecepatan dan efisiensi	0,815	0.138	Valid
5	Fleksibilitas rute	0,832	0.138	Valid
6	Ketersediaan pengemudi	0,729	0.138	Valid

Berdasarkan hasil pengujian validitas menunjukkan bahwa setiap pertanyaan memiliki nilai koefisien korelasi yang lebih tinggi dari nilai r tabel sebesar 0,138. Hal ini mengindikasikan bahwa seluruh pertanyaan telah berfungsi dengan baik dalam mengukur variabel yang dimaksud, sehingga dinyatakan valid.

Tabel 3. Hasil uji reliabilitas faktor dominan dengan SPSS

Variabel	Koefisien Reliabilitas	Titik Kritis	Keterangan
Faktor Dominan	0,853	0,600	Reliabel

Hasil pengujian reliabilitas menunjukkan hasil yang sangat baik, dengan nilai koefisien reliabilitas sebesar 0,853, yang melebihi titik kritis sebesar 0,600. Hal ini menandakan yakni instrumen pengukuran untuk variabel tersebut dianggap reliabel, maka dapat diartikan bahwa jawaban responden terhadap pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner bersifat konsisten dan dapat dipercaya.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa:

1. Persentase karakteristik pengguna: mayoritas berusia 17–25 tahun (84%), didominasi perempuan (64%), memiliki pendidikan terakhir SMA/SMK (55%), pekerjaan terbanyak adalah mahasiswa (55,5%); (5) sebagian besar responden memiliki pendapatan di bawah Rp.1.000.000,- (61%), sebanyak 80% responden menggunakan layanan transportasi online roda dua, dengan frekuensi penggunaan terbanyak adalah 1-3 kali per bulan sekitar 50%, tujuan perjalanan yang paling sering adalah ke sekolah/kuliah/kursus (37%), alasan utama memilih transportasi online adalah kebutuhan akan kecepatan dan efisiensi (35,5%), serta alasan pendukung utama dalam memilih transportasi online adalah kemudahan akses dengan ketersediaan layanan di lokasi (67,5%).
2. Berdasarkan analisis faktor dominan, penggunaan transportasi online didorong oleh beberapa aspek utama, yaitu kualitas layanan (93%), tarif terjangkau (90,5%), ketersediaan pengemudi (90%), kemudahan akses (87%), kecepatan dan efisiensi (83,5%), serta fleksibilitas rute (80,5%). Sehingga pengguna transportasi online di Kota Palu diminati karena kualitas layanan dan tarif yang terjangkau, terutama oleh kalangan muda, perempuan, dan kelompok berpenghasilan rendah.

DAFTAR PUSTAKA

- Aziah, A. dan Adawia, P.R. (2018). Analisis Perkembangan Industri Transportasi Online di Era Inovasi Disruptif (Studi Kasus PT Gojek Indonesia). *Cakrawala*, Vol.18: No.2: 149–156. Tangerang.
- Efendi, J., Mangundap, C., Datun, S.M. dan Darmawan, M. (2018). *Opini Publik Tentang Transportasi Online dan Konvensional*. Universitas Muhammadiyah Luwuk.
- Fatimah, S. (2019). *Pengantar transportasi*, Myria Publisher. Makassar.
- Kamal, M.I.H. (2021). Profil Pengguna, Tujuan Perjalanan, Dan Faktor Pendorong Penggunaan Ojek Online di Yogyakarta. *Jurnal Pensil : Pendidikan Teknik Sipil*, Vol.10: No.2:61–67. Yogyakarta.
- Khasanah, S. H., N. Ariani, dan J. G. Argo. 2021. Analisis Citra Merek, Kepercayaan Merek, Dan Kepuasan Merek Terhadap Loyalitas Merek. *Prosiding Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, Vol:2: No.1:394–411. Jakarta.
- Riyono dan Budiharja, G.E. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, Vol:8: No.2:92–121. Semarang.