

# Pengaruh Faktor Risiko terhadap Faktor Minat untuk Menggunakan Ojek Daring

Surjandy<sup>1,2\*</sup>, Leoni Madeleine Tirtamulia<sup>1</sup>, Yuli Eni<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Information Systems Departement, School of Information Systems

<sup>2</sup>BINUS Entrepreneurship Center, Management

<sup>3</sup>Management Department, BINUS Business School Undergraduate Program  
Universitas Bina Nusantara, Jakarta, 11480, Indonesia

\* surjandy@binus.ac.id

**Abstrak.** Ojek daring merupakan sebuah sarana yang tercipta dengan adanya *Sharing Economy*. Berdasarkan penelitian yang dilaporkan bahwa ojek daring sangat membantu dan mempermudah aktifitas masyarakat. Sehingga ojek daring berkembang cukup pesat hingga saat ini. Dampak yang dihasilkan dari ojek daring ternyata membawa dampak lainnya seperti kejahatan yang dialami oleh penumpang wanita dan hal ini ternyata juga terjadi di beberapa negara. Oleh karena hal tersebut penelitian ini mencoba melihat pengaruh dari faktor risiko terhadap faktor minat untuk menggunakan ojek daring khususnya untuk penumpang wanita. Penelitian kuantitatif ini dibantu dengan aplikasi SPSS untuk memproses data dan menggunakan teknik regresi linier untuk melihat seberapa besar pengaruh faktor risiko terhadap minat untuk menggunakan ojek daring. Responden pada penelitian ini sebanyak 408 penumpang wanita pengguna ojek daring, dan dari hasil penelitian ini ditemukan bahwa faktor risiko mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap minat untuk menggunakan ojek daring.

Keywords: *Ojek Daring, SPSS, Regresi Linier, Penumpang Wanita.*

## 1. Pendahuluan

Ojek daring yang lahir dari perkembangan *sharing economy* merupakan inovasi dalam transportasi yang terjadi dengan memanfaatkan fitur gadget yang sangat membantu mobilitas masyarakat [1]. Perkembangan ojek daring tidak serta merta membawa dampak yang baik namun juga ditemukan adanya dampak yang kurang baik secara khusus untuk para penumpang wanita yang menggunakan ojek daring. Beberapa kasus yang terjadi terhadap penumpang ojek dari seperti yang dilaporkan yaitu terjadi perampokan seorang karyawan sebuah bank pengguna [2], terjadi pelecehan seksual [3] dan hal yang sama juga terjadi di beberapa negara [4][5]. Pihak penyedia layanan daring juga terus meningkatkan layanan agar seluruh penumpang dapat merasa nyaman dalam menggunakan layanan ojek daring [6]. Melanjutkan penelitian sebelumnya yang menyimpulkan bahwa latar belakang penumpang wanita mempunyai pengaruh terhadap faktor risiko dalam penggunaan ojek daring [7] Hal ini yang mendorong untuk dilakukan penelitian terhadap penumpang wanita pengguna ojek daring untuk melihat pengaruh faktor risiko terhadap minat untuk menggunakan ojek daring. Penelitian kuantitatif ini menggunakan teknik regresi linier yang menggunakan 408 responden penumpang wanita ojek daring. Pengambilan sample dilakukan dengan teknik *Snowball Sampling* yang dibantu dengan aplikasi Google Form. Dari hasil pengolahan data didapatkan bahwa faktor risiko memiliki pengaruh terhadap minat untuk menggunakan ojek daring, dan

didapatkan juga bahwa model yang digunakan pada penelitian ini mempunyai pengaruh sebesar 37.4% dan 62.6% dipengaruhi oleh faktor lainnya yang dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya. Namun hasil dari penelitian ini sangat bermanfaat untuk industri atau pelaku usaha ojek daring dalam meningkatkan keamanan penumpang khususnya untuk penumpang wanita.

## 2. Literatur

Pada bagian ini akan menjelaskan tentang faktor faktor yang digunakan serta hubungannya. Faktor risiko seperti yang disebutkan oleh Krisnu Putra Yutandi [9] mempunyai 4 persepsi dimensi risiko, yaitu resiko keuangan yang terkait kekhawatiran dalam hal keuangan, resiko fungsional yang berhubungan dengan fungsi yang memiliki dampak negatif, risiko fisik kekhawatiran pelanggan atas jasa atau produk yang dapat membahayakan secara fisik dan terakhir adalah risiko psikologis yaitu terkait dampak secara psikologi karena menggunakan produk atau jasa.

Faktor minat untuk menggunakan suatu produk atau jasa menurut Kotler [8] adalah sesuatu keinginan yang muncul karena menerima rangsangan dari produk atau jasa yang dilihatnya atau dirasakan. Minat untuk membeli atau menggunakan merupakan sebuah bagian dari proses keputusan untuk menggunakan sebuah produk atau jasa [10].

## 3. Metode, Model Penelitian dan Hipotesis

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah model kuantitatif yang menggunakan statistik dengan teknik regresi linier dengan dibantu oleh aplikasi SPSS. Model yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar 1.



Gambar 1. Model penelitian

Hipotesis dari penelitian ini adalah adanya hubungan antara faktor risiko dengan faktor minat untuk menggunakan ojek daring bagi pelanggan wanita

H0 dimana tidak adanya hubungan antara faktor risiko dengan faktor minat untuk menggunakan ojek daring bagi pelanggan wanita

H1 dimana adanya hubungan antara faktor risiko dengan faktor minat untuk menggunakan ojek daring bagi penumpang wanita

## 4. Sumber data, Hasil dan Diskusi

Sumber data diambil dari responden pengguna ojek daring khususnya penumpang wanita, Metode pengambilan data dengan cara *snowball sampling* dengan menggunakan Google Form sebagai alat bantu untuk mengisi survey. Skala Likert digunakan untuk pembuatan survey dimana nilai 1 mewakili pendapat yang sangat tidak setuju, 2 tidak setuju, 3 kurang setuju, 4 sedikit setuju, 5 setuju dan 6 sangat setuju. Survey berhasil mendapatkan sebanyak 408 responden pelanggan wanita pengguna ojek daring.

Setelah data responden terkumpul kemudian data diproses menggunakan aplikasi SPSS untuk melakukan uji validitas dan reliabilitas. Hasil reliabilitas data dapat dilihat pada table 1 dimana reliabilitas data sebesar 75.2% yang artinya data cukup reliabel untuk digunakan.

**Tabel 1.** Hasil Tes Reliabilitas

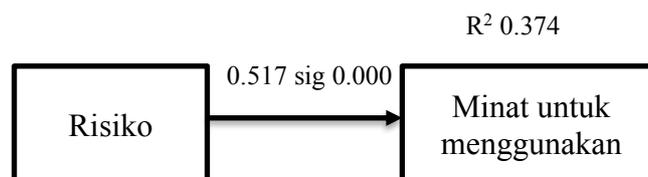
Cronbach's Alpha	N
0.752	2

Sedangkan untuk hasil tes terhadap validitas dapat dilihat pada tabel 2, sebuah faktor dinyatakan valid apabila nilai CI-TC lebih besar dari nilai r table. Nilai r table yang didapat adalah 0.0978 sedangkan kedua faktor tersebut memiliki nilai lebih besar dari 0.0978 sehingga kedua faktor tersebut dinyatakan valid.

**Tabel 2.** Result test

Deskripsi	Corrected Item-Total Correlation (CI-TC)
Faktor Risiko	0.611
Faktor Minat untuk menggunakan	0.611

Hasil perhitungan menggunakan SPSS untuk model penelitian dengan teknik regresi linier didapatkan hasil sebagai berikut:



**Gambar 2.** Hasil Penelitian

Gambar 2 dapat di artikan bahwa faktor risiko mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat untuk menggunakan ojek daring oleh para pelanggan wanita.

Hipotesis dari penelitian ini adalah

H0 ditolak dan H1 diterima yang artinya adanya pengaruh faktor risiko terhadap minat untuk menggunakan bagi penumpang wanita.

Dari hasil perhitungan didapatkan bahwa faktor risiko mempunyai pengaruh terhadap minat untuk menggunakan sebesar 37.4% sedangkan faktor lainnya yang mempengaruhi minat untuk menggunakan sebesar 62.6%

## 5. Kesimpulan

Hasil penelitian yang terdiri dari 408 orang responden pengguna ojek daring pelanggan wanita dapat disimpulkan bahwa faktor risiko mempunyai pengaruh sebesar 37.4% terhadap minat untuk menggunakan ojek daring. Hasil dari penelitian ini menunjukkan kondisi yang terjadi saat ini dimana penumpang wanita ojek daring pada dasarnya mengetahui adanya faktor risiko (resiko fisik) namun faktor lainnya yang masih perlu di temukan mempunyai pengaruh yang lebih besar 62.6% yang dapat di gunakan untuk penelitian selanjutnya. Hasil penelitian ini menunjang apa yang telah dilakukan oleh perusahaan ojek daring yang terus meningkatkan sistem keamanan seperti penambahna fitur tombol darurat.

## 6. Referensi

- [1] S. L. B. Silalahi, P. W. Handayani, and Q. Munajat, 'Service Quality Analysis for Online Transportation Services: Case Study of GO-JEK', *Procedia Comput. Sci.*, vol. 124, pp. 487–495, 2017.
- [2] C. Indonesia, 'Sopir Taksi Online Rampok dan Aniaya Karyawati Bank Mandiri', *cnnindonesia.com*, 2019. [Online]. Available: <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20190316112533-20-377813/sopir-taksi-online-rampok-dan-aniaya-karyawati-bank-mandiri>. [Accessed: 31-Mar-2021].
- [3] M. R Amelia and M. Amelia R, 'Pelaku Pelecehan Penumpang Taksi Online Pakai Akun Mitra Go-Jek', *detik.com*, 2018. [Online]. Available: <https://news.detik.com/berita/3865879/pelaku-pelecehan-penumpang-taksi-online-pakai-akun-mitra-go-jek>. [Accessed: 06-Aug-2018].
- [4] D. A. Griffith, P. van Esch, and M. Trittenbach, 'Investigating the mediating effect of Uber's sexual harassment case on its brand: Does it matter?', *J. Retail. Consum. Serv.*, vol. 43, no. October 2017, pp. 111–118, 2018.
- [5] Foley & Lardner, 'Top Legal Issues Facing the Automotive Industry in 2018', p. 33, 2017.
- [6] M. Choirul Anwar, 'Demi Keamanan, Go-Jek Tambah Fitur Tombol Darurat', *www.cnbcindonesia.com*, 2019. [Online]. Available: <https://www.cnbcindonesia.com/fintech/20190315125130-37-60883/demi-keamanan-go-jek-tambah-fitur-tombol-darurat>. [Accessed: 27-Apr-2019].
- [7] Surjandy, E. Fernando, Meyliana, H. S. Husni, and K. Oktriono, 'The Risk Factor of Online Transportation System for Female Passenger in Indonesia', in *2019 International Conference on Information Management and Technology (ICIMTech)*, 2019, pp. 160–164.
- [8] Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- [9] Krisnu Putra Yutadi (2014) *Pengaruh Persepsi Privasi, Persepsi Keamanan, Persepsi Kepercayaan, Persepsi Risiko, Persepsi Kegunaan Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Penggunaan E-commerce*
- [10] Safina Novitasari (2014) dengan judul *Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Resiko, Persepsi Manfaat, dan Persepsi Kontrol Perilaku Terhadap Niat Penggunaan Sistem E-commerce*.