

ANALISIS KEPUTUSAN KONSUMEN MENGGUNAKAN JASA ANGKUTAN UMUM *ONLINE* DAN *NON-ONLINE* DI KABUPATEN MIMIKA

Shandy Eka Prasty¹, Selmi Tandi Lembang², Josael Maatoke³, Rulan L. Manduapessy⁴
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Jembatan Bulan Timika

e-mail: shandyprasty2@gmail.com¹, selmitandilembang@gmail.com²

Abstract – This study aims to analyze differences in consumer perceptions when choosing between online and non-online public transportation modes in Mimika Regency. A comparative quantitative method was used, with data collected through a Likert-scale questionnaire distributed to 100 respondents. The data were analyzed using the independent Sample T-Test with the assistance of SPSS version 25. The results showed no significant differences across eight key variables: price, accessibility, speed, service quality, ease of booking, ease of payment, route, and situational usage. However, the variable of booking convenience showed a significance value close to the critical threshold ($p = 0.057$), indicating a tendency for differing perceptions between the two groups. These findings highlight the importance of digital systems in attracting consumer interest toward online transportation in areas with limited transportation mode options.

Keywords: Online Transportation, Non-Online Transportation, Consumer Decision, Mimika Regency.

Abstrak – Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perbedaan persepsi konsumen dalam memilih moda transportasi umum *online* dan *non-online* di Kabupaten Mimika. Metode yang digunakan adalah kuantitatif komparatif dengan pengumpulan data melalui kuisioner berskala Likert kepada 100 responden. Teknis analisis data menggunakan uji *independent Sample T-Test* dengan bantuan program SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan pada delapan variabel utama, yaitu harga, aksesibilitas, kecepatan, kualitas pelayanan, kemudahan pemesanan, kemudahan pembayaran, rute, dan situasi penggunaan. Namun, variabel kemudahan pemesanan menunjukkan nilai signifikansi mendekati batas kritis ($p = 0.057$), yang mengindikasikan kecenderungan adanya perbedaan persepsi antara kedua kelompok. Temuan ini menunjukkan pentingnya sistem digital dalam menarik minat konsumen terhadap transportasi *online* di daerah pilihan moda terbatas.

Kata Kunci: Transportasi *Online*, Transportasi *Non-Online*, Keputusan Konsumen, Kabupaten Mimika.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa dampak signifikan terhadap berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk sistem mobilitas dan transportasi. Transformasi digital turut mengubah cara masyarakat dalam mengakses serta memanfaatkan layanan transportasi sehari-hari. Salah satu terobosan terbesar dalam beberapa tahun terakhir adalah munculnya moda transportasi berbasis aplikasi digital, seperti Gojek, Grab, dan Maxim, yang memanfaatkan teknologi untuk memenuhi kebutuhan mobilitas masyarakat secara instan dan efisien. Di kota-kota besar di Indonesia, kehadiran transportasi *online* telah menjadi bagian tak terpisahkan dari aktivitas harian masyarakat. Hal ini tidak lepas dari berbagai keuntungan yang ditawarkan, seperti pemesanan yang mudah, tarif yang transparan, rute yang fleksibel, serta kecepatan dan kenyamanan layanan. Menurut Fauziah (2023), keputusan konsumen untuk memilih transportasi *online* dipengaruhi oleh kemudahan aplikasi, kepercayaan terhadap penyedia layanan, dan persepsi terhadap harga yang ditawarkan.

Meskipun demikian, penetrasi layanan ini belum merata di seluruh wilayah Indonesia. Kawasan di luar Pulau Jawa seperti Papua Tengah, menghadapi tantangan tersendiri dalam mengadopsi transportasi berbasis *online*. Di Kabupaten Mimika, misalnya, hanya terdapat satu operator layanan transportasi *online* yang beroperasi secara aktif, yakni Maxim. Ketiadaan alternatif seperti Gojek atau Grab membatasi pilihan masyarakat dalam menggunakan moda

transportasi berbasis aplikasi. Sebaliknya, moda transportasi *non-online* seperti ojek pangkalan, angkot, dan taksi lokal masih menjadi pilihan utama bagi banyak warga Mimika. Faktor-faktor seperti keterbiasaan, ketersediaan layanan yang lebih meluas, dan keterjangkauan tarif membuat moda konvensional tetap eksis. Sari dan Nurhadi (2020) menekankan bahwa transportasi *non-online* masih sangat relevan di daerah pinggiran karena kemudahan akses langsung dan persepsi masyarakat terhadap teknologi digital yang belum sepenuhnya positif.

Preferensi konsumen dalam memilih antara moda *online* dan *non-online* sangat dipengaruhi oleh berbagai faktor. Berdasarkan kuisisioner dalam penelitian ini, beberapa variabel utama yang dianalisis meliputi harga, akseibilitas, kecepatan layanan, kualitas pelayanan, kesesuaian rute, kemudahan pemesanan, kemudahan pembayaran, dan situasi atau kondisi tertentu. Temuan ini sejalan dengan Rahayu dan Putra (2020), yang menyatakan bahwa kenyamanan, kecepatan, dan harga merupakan faktor utama dalam pengambilan keputusan konsumen terhadap transportasi berbasis aplikasi. Penelitian yang dilakukan di kota-kota seperti Semarang dan Samarinda juga memperkuat hal tersebut, di mana faktor harga dan kualitas pelayanan terbukti memiliki pengaruh kuat terhadap kepuasan dan keputusan pengguna Maxim (Anadamayanti dalam Tsalisa *et al.* 2022). Walaupun kondisi geografis dan demografis Mimika berbeda dengan kota-kota tersebut, faktor-faktor tersebut tetap relevan dalam memengaruhi pilihan masyarakat terhadap moda transportasi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan komparatif, yang bertujuan untuk menganalisis perbedaan persepsi konsumen dalam menggunakan moda transportasi umum *online* dan *non-online* di Kabupaten Mimika. Pendekatan ini dipilih karena fokus utama penelitian adalah membandingkan rata-rata penilaian dua kelompok yang berbeda terhadap beberapa faktor penentu keputusan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan terhadap 100 responden di Kabupaten Mimika, yang terdiri dari pengguna angkutan umum *online* (seperti Maxim) dan angkutan umum *non-online* (seperti ojek pangkalan, angkot lokal, atau becak motor). Tujuannya adalah untuk memahami bagaimana masing-masing kelompok memberikan penilaian terhadap berbagai faktor yang memengaruhi keputusan penggunaan transportasi umum. Berdasarkan hasil analisis deskriptif, ditemukan bahwa:

Tabel 1. Analisis Deskriptif

| | Variabel | Mean | Standar Deviasi |
|-------------------------------------|---------------------|------|-----------------|
| Pengguna Angkutan Online | Kemudahan Pemesanan | 2.1 | 0.7 |
| | Situasi Tertentu | 2.3 | 0.8 |
| Pengguna Angkutan Non-Online | Kualitas Pelayanan | 2.2 | 0.8 |
| | Harga | 1.8 | 0.7 |
| | Rute Perjalanan | 2.0 | 0.8 |

Sumber : Hasil Output SPSS 25

Perbedaan nilai rata-rata ini memberikan gambaran awal bahwa terdapat kecenderungan tertentu dalam persepsi antar kelompok. Misalnya, responden moda *online* mengutamakan praktikalitas dan fleksibilitas, sementara pengguna *non-online* mungkin lebih mempertimbangkan ketersediaan rute dan biaya.

Untuk mengetahui apakah perbedaan nilai rata-rata antara kedua kelompok tersebut bersifat signifikan secara statistik, dilakukan Uji T Dua Sampel Tidak Berpasangan (*Independent-Sample T-Test*). Berikut ringkasan hasilnya:

Tabel 2. Uji *Independent-Sample T-Test*

| Variabel | Mean Online | Mean Non-Online | Sig. (2-tailed) | Keterangan |
|------------|-------------|-----------------|-----------------|------------------|
| Harga | 1.6 | 1.8 | 0.143 | Tidak Signifikan |
| Akses | 2.0 | 2.0 | 0.831 | Tidak Signifikan |
| Cepat | 1.8 | 1.9 | 0.624 | Tidak Signifikan |
| Kualitas | 2.0 | 2.2 | 0.327 | Tidak Signifikan |
| Rute | 1.8 | 2.0 | 0.375 | Tidak Signifikan |
| Pemesanan | 2.1 | 1.8 | 0.057 | M. Signifikan |
| Pembayaran | 1.9 | 2.0 | 0.478 | Tidak Signifikan |
| Situasi | 2.3 | 2.2 | 0.654 | Tidak Signifikan |

Sumber : Hasil Output SPSS 25

Secara umum, seluruh variabel memiliki nilai Sig. (2-tailed) > 0.05, yang berarti tidak ada perbedaan yang signifikan secara statistik antara pengguna moda *online* dan *non-online* dalam menilai faktor-faktor keputusan penggunaan transportasi umum. Hal ini dapat diartikan bahwa konsumen dari kedua kelompok memiliki persepsi yang relatif serupa terhadap aspek-aspek seperti harga, kualitas layanan, kecepatan, dan aksesibilitas. Namun demikian, variabel kemudahan pemesanan menunjukkan nilai $p = 0.057$, yang secara statistik mendekati signifikan. Artinya, ada indikasi kuat bahwa kemudahan pemesanan merupakan salah satu keunggulan utama yang dirasakan oleh pengguna moda *online* dibandingkan moda *non-online*. Hal ini selaras dengan temuan dari Putra & Hartati (2021) yang menyatakan bahwa efisiensi sistem digital, khususnya dalam pemesanan layanan, berperan penting dalam meningkatkan kenyamanan dan loyalitas pelanggan.

Temuan ini juga memperkuat hasil studi Nasution *et al.* (2020), yang menyebutkan bahwa konsumen di daerah berkembang seperti Papua lebih responsif terhadap kemudahan teknologi dibandingkan aspek lainnya, terutama dalam konteks penggunaan jasa berbasis aplikasi. Kondisi geografis dan infrastruktur Kabupaten Mimika turut memengaruhi pola konsumsi moda transportasi masyarakatnya. Minimnya pilihan moda *online* (saat ini hanya tersedia Maxim) bisa menjadi faktor mengapa sebagian besar konsumen masih menunjukkan penilaian yang cenderung netral terhadap semua moda. Selain itu, faktor kebiasaan, ketersediaan jaringan internet, dan keterbatasan literasi digital juga bisa menjelaskan mengapa faktor-faktor seperti harga, kecepatan, dan rute tidak terlalu berbeda antara pengguna *online* dan *non-online*.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis terhadap 100 responden di Kabupaten Mimika, dapat disimpulkan bahwa secara umum tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara pengguna angkutan umum *online* dan *non-online* dalam menilai delapan faktor penentu keputusan penggunaan jasa transportasi, yaitu: harga, aksesibilitas, kecepatan, kualitas layanan, rute, pemesanan, pembayaran, dan situasi tertentu. Namun demikian, variabel kemudahan pemesanan menunjukkan nilai signifikansi yang mendekati ambang batas ($p = 0.057$), yang mengindikasikan adanya kecenderungan perbedaan persepsi antara pengguna moda *online* dan *non-online*. Hal ini menunjukkan bahwa sistem pemesanan digital merupakan salah satu keunggulan utama transportasi *online* (seperti Maxim) di Mimika. Ketiadaan perbedaan signifikan secara umum dapat disebabkan oleh keterbatasan moda transportasi *online* di wilayah Mimika, literasi digital masyarakat yang belum merata, serta kebiasaan penggunaan transportasi konvensional yang masih kuat di kalangan masyarakat.

Saran

Berdasarkan temuan penelitian, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan. Pertama yaitu bagi penyedia jasa transportasi non-online, disarankan untuk mulai mengadopsi sistem pemesanan berbasis teknologi digital. Hal ini penting sebagai bentuk adaptasi terhadap perubahan preferensi konsumen yang semakin terbiasa dengan layanan cepat dan fleksibel seperti yang ditawarkan oleh moda online. Kedua adalah bagi penyedia transportasi online seperti Maxim, disarankan untuk meningkatkan edukasi dan promosi terkait penggunaan aplikasi kepada masyarakat, terutama mereka yang belum terbiasa dengan layanan digital. Langkah ini dapat membantu memperluas jangkauan pasar dan memperkuat kepercayaan pengguna terhadap layanan daring.

Selanjutnya, peran pemerintah daerah juga penting dalam mendorong pemerataan akses transportasi berbasis teknologi. Pemerintah dapat memfasilitasi penyediaan infrastruktur pendukung seperti jaringan internet yang stabil serta regulasi yang mendukung integrasi moda transportasi konvensional dengan sistem digital. Serta yang terakhir, bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengembangkan kajian lebih lanjut dengan pendekatan kualitatif atau mixed method, serta memperluas wilayah penelitian. Hal ini akan memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai dinamika keputusan konsumen dalam menggunakan jasa transportasi, khususnya di wilayah-wilayah dengan keterbatasan moda

DAFTAR PUSTAKA

- Anadamayanti. (2024). Pengaruh Harga, Kemudahan Pengguna Aplikasi, Pelayanan, dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Jasa Transportasi Online Maxim di Kota Samarinda. *Jurnal Activa*, 2 (4) : 18-27
- Fauziah, L. N. (2023). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Informasi, dan Persepsi Harga Terhadap Pemilihan Jasa Transportasi Online (GrabCar). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 11 (1) : 40-48.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Nasution, R. A., et al. (2020). Consumer Perception of Ride-Hailing Services in Developing Cities. *Journal of Urban Mobility*, 4 (1) : 45-56.
- Putra, A., & Hartati, D. (2021). Pengaruh Kemudahan Akses Terhadap Minat Penggunaan Transportasi Online di Wilayah Suburban. *Jurnal Transportasi dan Mobilitas*, 9 (2) : 122-130.
- Rahayu, F. A., & Putra, A. M. (2020). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Transportasi Online di Kalangan Mahasiswa. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 7 (3) : 112-118.
- Sari, D. R., & Nurhadi, M. (2020). Perbandingan Persepsi Pengguna Jasa Angkutan Umum Online dan Konvensional di Daerah Pinggiran. *Jurnal Transportasi dan Logistik*, 12 (2) : 85-93.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Susanti, N. & Aditya, Y. (2019). Preferensi Konsumen Terhadap Moda Transportasi Konvensional dan Online di Wilayah Peri-Urban. *Jurnal Studi Perkotaan*, 7 (3) : 88-96.
- Tsalisa, R. A., Hadi, S.P., & Purbawati, D. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online Maxim di Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11 (4) : 85-92