

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Transportasi umum di Indonesia memiliki peranan penting dalam pembangunan perekonomian, karena berkaitan dengan distribusi suatu barang, jasa, dan tenaga kerja, serta merupakan inti dari penggerak suatu ekonomi di kota. Dahulu transportasi yang sering digunakan khususnya di Indonesia yakni transportasi pedati, delman dan kuda sebagai alat bantu untuk memindahkan barang dari tempat satu ketempat yang lainnya dengan masih menggunakan hewan dan tenaga manusia. Kemampuan jelajahnya juga masih sangatlah terbatas dan juga memerlukan waktu yang cukup lama untuk dapat sampai ke suatu tempat yang akan dikunjungi karena manusia dan hewan memiliki stamina yang terbatas. Saat ini transportasi tersebut masih cukup sering digunakan namun tidak selalu menjadi hal yang umum untuk digunakan oleh masyarakat.

Indonesia mempunyai berbagai jenis moda transportasi seperti transportasi udara, laut dan darat. Menurut Ibeng (2020) transportasi darat terdiri dari 2 kelompok diantaranya: transportasi jalan raya seperti mobil dan sepeda motor, kereta api/listrik misalnya kereta api. Transportasi udara merupakan sebuah kendaraan yang melakukan operasinya di udara, baik untuk mengangkut manusia, hewan, atau juga barang. Transportasi air merupakan semua jenis kendaraan yang melakukan operasinya di perairan, seperti kapal laut, kapal selam, perahu dan feri.

Sementara itu Aminah (2018) menyatakan bahwa transportasi merupakan komponen utama dalam sistem hidup dan kehidupan, sistem pemerintahan, dan sistem kemasyarakatan. Transportasi juga digunakan agar dapat memudahkan manusia dalam melakukan kegiatan atau aktivitas sehari-hari. Salah satu transportasi darat yakni adalah sepeda motor dimana seorang manusia dapat menyalurkan jasanya berupa ojek. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) tahun (2018), ojek adalah sepeda motor yang ditambangkan dengan cara

memboncengkan penumpang atau penyewanya. Selain itu, pengguna ojek sendiri adalah masyarakat umum artinya siapapun bisa menaikinya.

Semakin majunya teknologi komunikasi seperti internet, memungkinkan kita untuk terus mendapatkan informasi dengan cepat dan mudah. Salah satunya adalah ojek, Indonesia sendiri sudah terdapat sebuah layanan ojek online. Ojek online merupakan salah satu layanan ojek yang berbasis online yang memungkinkan si calon penumpang yang ingin menaiki ojek online tidak perlu datang langsung ke pangkalan ojek. Hanya dengan cara calon penumpang mengakses aplikasi ojek online yang terdapat pada handpone, dan ojek nantinya akan tiba untuk menjemput penumpang. Selain itu, ojek online ini juga tidak hanya digunakan sebagai alat transportasi saja seperti ojek pada umumnya tetapi juga menyediakan jasa layanan pesan antar makanan.

Ada beberapa perusahaan penyedia jasa ojek online, seperti gojek dan grab. Go-jek merupakan perusahaan teknologi asal Indonesia yang melayani angkutan melalui jasa ojek. Gojek perusahaan yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat yang berjiwa sosial (Damayanti, 2017:3). Go-jek memiliki beberapa fitur yang terdapat di dalam aplikasinya seperti: go-ride, go-car, go-food, go-send, go-mart, go-box, go-messege, go-clean, go-glam, go-tix, go-busway, go-pay, go-med, go-auto, dan go-pulsa. Grab adalah sebuah perusahaan asal Malaysia yang melayani aplikasi penyedia transportasi dan tersedia di enam negara di asia tenggara, yakni Malaysia, Singapura, Thailand, Vietnam, Indonesia dan Filipina. Grab hadir di Indonesia pada pertengahan tahun 2014, grab sebagai *decacorn* menawarkan solusi sehari-hari dengan layanan transportasi (Tantomi, 2019). Grab memiliki beberapa fitur yang terdapat di dalam aplikasinya seperti: grab-car, grab-taxi, grab-bike, grab-hitch, grab-express, grab-food, grab-pay dan grab-work.

Go-food merupakan sebuah fitur layanan *food delivery* layaknya delivery order di sebuah rumah makan (Majalah Franchise Indonesia, 2015). Fitur ini memungkinkan pengguna ojek online dapat memesan makanan dari berbagai macam pilihan tempat makanan atau restoran yang disesuaikan dengan lokasi sedangkan waktu pemesanannya selambat-lambatnya 60 menit. Waktu tersebut

sudah termasuk memesan melalui aplikasi hingga makanan sampai ke tujuan. Prosedur pemesanan cukup mudah dengan mengklik fitur go-food kemudian akan muncul berbagai macam restoran yang terlacak sesuai dengan keberadaan, selanjutnya dapat langsung memilih menu makanan kemudian pesan dan tinggal tunggu makanan diantar.

Grab-food merupakan layanan pesan antar makanan yang dapat anda akses dengan menggunakan aplikasi Grab (Pasha, 2018). Fitur layanan ini juga dapat memesan makanan dari berbagai macam pilihan tempat makanan atau restoran yang disesuaikan dengan lokasi, informasi yang disediakan oleh grab-food terbilang cukup lengkap yakni, mulai dari kuliner atau restoran terdekat, harga makanan, jarak tempuh hingga promo-promo menarik. Prosedur pemesanan juga hampir sama dengan gojek yakni dengan mengklik fitur grab-food kemudian akan muncul berbagai macam restoran yang terlacak sesuai dengan keberadaan, selanjutnya dapat langsung memilih menu makanan kemudian pesan dan tinggal tunggu makanan diantar dan tiba ke lokasi.

Kedua perusahaan Go-jek dan Grab memiliki perbedaan yang menarik untuk dilihat oleh calon pembeli. Tarif atau harga merupakan sejumlah nilai yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut (Kotler dan Armstrong, dalam Wulandari, 2018:4). Dengan kata lain bahwa tarif merupakan sejumlah pungutan yang dibebankan atas suatu hal, kegiatan, kebijakan atau apapun yang telah diatur dalam peraturan.

Tabel 1.1 dibawah ini menunjukkan perbedaan harga dari beberapa contoh makanan yang sama ditawarkan pada layanan Go-food dan Grab-food yakni, sebagai berikut:

Tabel 1.1
Harga Makanan/Produk Go-food (Go-jek) dan Grab-food (Grab)

No	Jenis Makanan	Harga		Selisih/ Perbedaan Harga
		Go-food	Grab-food	
1.	(Jagoan Ayam Geprek Original & Keju), Jagoan Ayam Geprek – Karya Baru	Rp. 22.000,-	Rp. 18.000,-	Rp. 14.000,-
2.	(KFC Winger) – Simpang Bandara	Rp. 25.000,-	Rp. 22.000,-	Rp. 3.000,-
3.	(Seblak Komplit & Teh Botol Sosro) Seblak Nampol – Maskerebet	Rp. 22.000,-	Rp. 22.500,-	Rp. 500,-
4.	(Salad M 500ml), Balaq Salad – Sukarami	Rp. 30.000,-	Rp. 28.800,-	Rp. 1.200,-
5.	(Mie Goreng Jawa) French Bakery & Bistro - KM 9 Palembang	Rp. 35.100,-	Rp. 30.680,-	Rp. 4.420,-

(Sumber: Diolah dari berbagai sumber)

Selain itu, pengguna Go-food dan Grab-food sendiri adalah masyarakat umum artinya siapapun bisa menggunakannya baik ibu rumah tangga, pekerja kantor, pelajar terutama mahasiswa. Di kalangan mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya, layanan Go-food dan Grab-food pada jasa ojek online kini sudah menjadi alat memesan makanan yang sering digunakan. Berdasarkan pra penelitian yang dilakukan sebagai data awal dari 5 orang mahasiswa jurusan teknik komputer yang menggunakan Go-food dan Grab-food bahwa terdapat beragam alasan mengapa mereka memilih menggunakan atau memakai Go-food dan Grab-food dalam memesan makanan via ojek online, karena lebih mudah digunakan, lebih praktis, harganya terjangkau, terdapat berbagai macam promo-promo dan potongan harga makanan yang menarik (wawancara informal, 22 April 2020).

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk meneliti mengenai analisis harga terhadap keputusan pembelian makanan via ojek online yang dilakukan oleh mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya. Maka dari itu penulis

tertarik untuk mengambil judul “**ANALISIS HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAKANAN VIA OJEK ONLINE (Studi Kasus Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya)**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, dan sesuai dengan penelitian yang penulis telah lakukan pada pengguna/pemakai ojek online (Go-jek dan Grab) maka perumusan masalah yang akan penulis kemukakan adalah “Analisis harga terhadap keputusan pembelian makanan via ojek online mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya”

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Untuk mempermudah penulis agar tidak terjadi penyimpangan dalam membahas permasalahan yang ada, maka penulis melakukan penelitian hanya berlaku pada mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya khususnya jurusan Teknik Komputer, dikarenakan keterbatasan waktu, dana, dan kemudahan memperoleh data. Ruang lingkup pembahasan hanya pada keterjangkauan harga, kesesuaian harga, daya saing, kesesuaian harga pada produk makanan yang ditawarkan oleh penyedia jasa Go-food dan Grab-food. Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk meneliti tentang analisis harga terhadap analisis harga terhadap keputusan pembelian makanan via ojek online mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya.

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penulisan laporan akhir ini, ialah:

1. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi harga terhadap keputusan pembelian makanan via ojek online mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya.
2. Menganalisis harga terhadap keputusan pembelian makanan via ojek online mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Penulis

Menambah wawasan mengenai keadaan perusahaan sebagai tempat penerapan ilmu pengetahuan yang diberikan kepada penulis, mengenai analisis harga terhadap keputusan pembelian makanan via ojek online.

2. Bagi Perusahaan

Sebagai saran untuk perusahaan agar dapat lebih memperhatikan perilaku konsumen dalam mencapai tujuan pemasaran yang diharapkan oleh perusahaan.

1.4.3 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dalam mengembangkan wawasan mengenai analisis harga terhadap keputusan pembelian makanan via ojek online pada mata kuliah manajemen pemasaran.

1.5 METODE PENELITIAN

1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian

Dalam melakukan penelitian penulis membatasi ruang lingkup penelitian agar dalam pembahasan permasalahan tidak terjadi penyimpangan. Ruang lingkup penelitian ini dibatasi pada pembahasan terkait Analisis harga terhadap keputusan pembelian makanan via ojek online mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya khususnya penelitian ini ditujukan pada mahasiswa Jurusan Teknik Komputer Semester 2 kelas (pagi dan sore) yang menggunakan jasa transportasi Ojek Online.

1.5.2 Sumber Data

Data merupakan kumpulan angka, fakta, fenomena atau keadaan yang disusun menurut logika tertentu merupakan hasil pengamatan, pengukuran terhadap variabel dari suatu objek yang satu dengan objek yang lainnya pada

variabel yang sama. Sumber data yang digunakan dalam penulisan Laporan Akhir ini ada 2 (dua) macam, yakni:

1. Data Primer

Data primer dalam penelitian ini adalah berupa hasil kuesioner yang diberikan kepada mahasiswa pengguna Go-food dan Grab-food di Politeknik Negeri Sriwijaya Jurusan Teknik Komputer.

2. Data Sekunder

Data sekunder yang diperoleh dari sumber-sumber lain yang telah disediakan seseorang seperti buku, jurnal atau skripsi. Sumber data dalam penelitian ini juga didapat dari buku-buku penunjang, jurnal-jurnal penelitian, internet, aplikasi Gojek dan Grab.

1.5.3 Metode Pengumpulan Data

Pada penelitian ini penulis mengumpulkan data dengan cara sebagai berikut:

1. Kuesioner

Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2018). Pada penelitian ini, peneliti akan mengumpulkan data dengan menggunakan kuesioner yang berisi pertanyaan-pertanyaan kepada para pengguna jasa Ojek Online di Politeknik Negeri Sriwijaya Jurusan Teknik Komputer. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis kusioner tertutup karena responden hanya tinggal memberikan tanda pada salah satu jawaban yang dianggap benar dengan menggunakan fasilitas Google form.

2. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan oleh penulis dengan cara mempelajari dan mengumpulkan data dari buku-

buku, referensi-referensi yang lain serta melalui internet untuk mencari bahan yang berkaitan dengan penulisan laporan akhir ini.

1.5.4 Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya Jurusan Teknik Komputer (D3) yang diasumsikan menggunakan layanan Go-food dan Grab-food via ojek online dengan jumlah mahasiswa sebanyak 377 mahasiswa (Ketua Jurusan Teknik Komputer Politeknik Negeri Sriwijaya, 2020).

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2016:148). Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *Non Probability Sampling* yang tergolong Sampling Jenuh (sensus). Menurut Sugiyono (2018), menyatakan bahwa sampel jenuh adalah sampel yang bila ditambah jumlahnya, tidak akan menambah keterwakilan sehingga tidak akan mempengaruhi nilai informasi yang telah diperoleh.

Dalam penelitian ini berdasarkan pengertian di atas penulis mengambil seluruh mahasiswa semester 2 (kelas pagi dan sore) Jurusan Teknik Komputer Politeknik Negeri Sriwijaya sebanyak 126 mahasiswa (Ketua Jurusan Teknik Komputer Politeknik Negeri Sriwijaya, 2020) yang akan dijadikan sebagai sampel, hal ini dikarenakan penulis tidak meyakini bahwa semua mahasiswa yang dijadikan sebagai populasi diasumsikan menggunakan layanan Go-food dan Grab-food via ojek online (diperkirakan sekitar 80% yang menggunakan ojek online).

1.5.5 Analisis Data

1. Data Kualitatif

Menurut Sugiyono (2018), data kualitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *postpositivisme*, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah dimana peneliti sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara gabungan, analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan pemahaman makna, dan mengkonstruksi fenomena dari generalisasi. Teknik analisis kualitatif yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah dengan melakukan wawancara dan pengamatan untuk menjelaskan harga terhadap keputusan pembelian makanan via ojek online.

2. Data Kuantitatif

Penulis menggunakan analisis data kuantitatif angka/hitungan sebagai bahan dasar untuk menghitung jumlah jawaban responden terhadap kuesioner yang diberikan. Skala Likert adalah suatu skala psikometrik yang umum digunakan dalam kuesioner, dan merupakan skala yang paling banyak digunakan dalam riset berupa survei (Sandjaja, 2017:30). Metode ini penulis gunakan untuk menghitung skor jawaban atas kuesioner yang penulis bagikan kepada mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya Jurusan Teknik Komputer.

Tabel 1.2
Skala Likert

Jawaban	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Ragu-ragu (R)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sandjaja, 2017

Untuk mengolah data kuantitatif, penulis menggunakan perhitungan secara presentase yang digunakan untuk menghitung presentasi jawaban dengan rumus presentase menurut Riduwan (2008) dalam Rohman (2015:51) adalah sebagai berikut:

$$IS = \frac{\text{Total Skor Penelitian}}{\text{Skor Ideal}} \times 100$$

Keterangan:

IS : Interpretasi Skor
 Total Skor Penelitian : Jawaban Responden x Bobot Nilai
 Skor Ideal : Skala Nilai Tertinggi x Jumlah Responden

Hasil perhitungan prestasi atas jawaban atas responden akan diinterpretasikan berdasarkan skor/angka yang telah ditentukan sebagai berikut:

Tabel 1.3
Kriteria Interpretasi Skor/Angka

Skor/Angka	Interprestasi
0% - 20%	Sangat Lemah
21% - 40%	Lemah
41% - 60%	Cukup
61% - 80%	Kuat
81% - 100%	Sangat Kuat

Sumber: Rohman, 2015