

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Transportasi berperan penting dalam menunjang pembangunan nasional dan merupakan sarana penting dalam menggerakkan roda perekonomian, serta mempengaruhi hampir semua aspek kehidupan. Seiring dengan meningkatnya pertumbuhan penduduk di Indonesia dan kebutuhan masyarakat perkotaan akan jasa angkutan yang digunakan untuk mobilitas penumpang maupun barang agar dapat menunjang kegiatan perekonomian. Kebutuhan akan transportasi merupakan hal pokok dalam kehidupan sehari-hari. Manusia dalam kehidupannya memerlukan alat dalam mempermudah perjalanannya sehingga dapat menunjang aktifitas ekonomi. Salah satu tugas pemerintah adalah memberikan pelayanan kepada masyarakat (*public service*) yang diantaranya pengadaan alat transportasi. Transportasi dibutuhkan untuk menghubungkan suatu daerah dengan daerah yang lainnya. Pembangunan daerah, baik dibidang ekonomi, pendidikan, pariwisata, maupun budaya membutuhkan jasa transportasi yang cukup memadai guna menggerakkan kegiatannya. Tanpa transportasi sebagai sarana penunjang tidak akan mendapatkan hasil yang memuaskan dalam usaha pembangunan dan peningkatan suatu daerah.

Persaingan antar moda transportasi umum baik darat, laut, udara serta kereta api sangat ketat. Hampir tidak ada batas yang jelas, sehingga semua alat transportasi bisa bersaing di rute yang sama dan akhirnya justru menimbulkan kerugian perusahaan. Menghadapi kondisi seperti ini para perusahaan jasa harus berusaha memberikan pelayanan yang mempunyai nilai lebih berbeda dengan perusahaan pesaing, supaya terciptanya kepuasan konsumen atau penumpang untuk menggunakan jasa transportasi yang dimiliki perusahaan.

Pelayanan merupakan strategi atau kunci berbagai usaha atau kegiatan yang bersifat jasa, untuk meraih persaingan pasar, peningkatan mutu dan bentuk-bentuk pelayanan lain merupakan hal yang sangat mendesak dengan memanfaatkan teknologi yang tersedia, sehingga menjadi pelayanan yang berkesinambungan dan terpadu. Pelayanannya akan lebih besar dan bersifat menentukan apabila dalam kegiatan-kegiatan jasa di masyarakat itu terdapat kualitas pelayanan yang baik dan

akan menimbulkan dampak positif dalam perusahaan, melalui berbagai cara, teknik dan metode yang dapat menarik lebih banyak orang yang menggunakan atau memakai jasa atau produk yang dihasilkan perusahaan dan menjadi ciri bagi perusahaan dalam memberikan pelayanan yang memudahkan konsumen agar selalu diingat oleh pelanggan atau masyarakat umum.

Perilaku konsumen (*consumer behavior*) dapat didefinisikan sebagai kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang atau jasa termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut. Ada dua elemen penting dari perilaku konsumen yaitu proses pengambilan keputusan dan kegiatan fisik, semua ini melibatkan individu dalam menilai, mendapatkan, dan mempergunakan barang atau jasa secara ekonomis (Sunyoto, 2013).

Perilaku konsumen merupakan suatu fenomena yang unik dan menarik untuk dipelajari, dapat dikatakan bahwa perilaku konsumen adalah muara dari berbagai teori dalam ilmu ekonomi karena faktor-faktor yang mempengaruhi kegiatan ekonomi akan saling berkaitan dan mempengaruhi dengan teori perilaku konsumen. Pada beberapa teori mengenai perilaku konsumen, salah satunya yang sangat berpengaruh adalah keputusan pembelian karena mulai dari rencana produksi hingga pemasaran produk bertujuan agar konsumen melakukan pembelian atas produk tersebut. Namun dalam proses menuju keputusan pembelian akan dipengaruhi oleh faktor-faktor atas produk dan konsumen itu sendiri. Faktor-faktor tersebut berasal dari internal ataupun eksternal konsumen tersebut. Menurut Sunyoto (2013) proses keputusan pembelian dilakukan melalui beberapa tahap yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, penilaian alternatif, keputusan membeli, dan perilaku setelah membeli. Jika produk yang ditawarkan oleh produsen dapat mempengaruhi konsumen sehingga konsumen melakukan pembelian atas produk tersebut maka produsen tersebut akan mendapatkan keuntungan dan sukses meraih target yang ditentukan dalam penjualan. Fenomena yang berkaitan dengan teori perilaku konsumen dan perkembangan e-commerce dapat dijadikan suatu riset yang menarik mengingat pada saat ini penggunaan aplikasi yang menggunakan sistem e-commerce hampir mencakup seluruh aktivitas sehari-hari seperti berbelanja, pembayaran listrik, membeli pulsa, kegiatan

perbankan, memesan alat transportasi umum, sampai pemesanan produk makanan yang siap dikirim selama 24 jam.

Transportasi online merupakan jasa transportasi darat yang saat ini paling banyak peminatnya dibandingkan dengan alat transportasi umum lainnya seperti angkutan umum dan bus kota. Hal ini dikarenakan transportasi online merupakan jasa transportasi yang sangat mudah bagi masyarakat Indonesia pada umumnya. Selain, mudah untuk diakses dalam pembayaran, pemilihan rute, pemilihan transportasinya yang begitu mudah diakses oleh masyarakat umum. Selain itu, dengan menggunakan transportasi online penumpang dapat meminimalkan kemacetan pada saat perjalanan. Moda transportasi online yang sangat diminati oleh masyarakat yaitu salah satunya yaitu Ojek Online. Menurut PT Gojek Indonesia (2019) terdapat 11 jenis layanan pengiriman dan pemesanan makanan. Adapun layanan yang sedang diminati oleh pengguna jasa transportasi online yaitu layanan penumpang dengan sepeda motor, layanan pengiriman dan pemesanan makanan dan layanan penumpang dengan mobil.

Kemunculan layanan ojek online saat ini merupakan pesaing bagi angkutan umum yang sudah beroperasi sebelumnya di Kota Bandung. Layanan transportasi online memungkinkan seorang penumpang untuk memesan melalui aplikasi telepon genggam untuk kebutuhan aktivitas masyarakat. Ojek online telah dipercaya oleh penggunanya dalam membantu aktivitasnya sehari-hari. Sebagai jasa transportasi yang sedang berkembang dengan cepat, ojek online sering sekali meningkatkan pelayanannya dengan cara memberikan promosi potongan harga melalui aplikasinya. Selain itu ojek online menawarkan penggunanya untuk menentukan tempat penjemputan dan pengantaran yang diinginkan penggunanya.

Kehadiran jasa transportasi berbasis aplikasi online mendapat sambutan yang hangat bagi masyarakat. Transportasi yang merupakan kebutuhan kedua atau kebutuhan turunan dari kebutuhan ekonomi masyarakat. Peranan transportasi pada pembangunan wilayah secara menyeluruh telah membawa dampak yang luar biasa terutama sekali pada hubungan antar berbagai 6 wilayah (aksesibilitas), namun permasalahan di bidang transportasi tidak henti-hentinya menjadi perhatian vital bagi masyarakat dan pemerintah Indonesia, permasalahan tersebut adalah kemacetan yang terjadi di hampir wilayah perkotaan baik di kota-kota besar yang

ada di Indonesia, bahkan tidak menutup kemungkinan hingga saat ini mulai merambah daerah pinggiran dan kepedesaan. Berdasarkan data yang dihimpun oleh Badan Pusat Statistik, laju pertumbuhan jalan sejak tahun 2006-2012 hanya sekitar 287.193 km atau mengalami penambahan jalan sekitar 11.046 km pertahun. Sementara laju pertumbuhan kendaraan bermotor sejak tahun 1987-2012 mencapai 86,4 juta unit kendaraan (sekitar 93%) atau bertambah sekitar 3,3 juta unit kendaraan setiap tahunnya.

Go-Food dan Grab-Food merupakan sebuah fitur layanan food delivery layaknya delivery order di sebuah restoran/rumah makan yang sudah ada sebelumnya. Hanya dengan menggunakan smartphone dan membuka fitur Go-Food dan Grab-Food di dalam aplikasi Gojek dan Grab, konsumen bisa memesan makanan dari restoran atau rumah makan yang sudah bekerja sama dengan Gojek dan Grab lalu makanan yang dipesan akan diantar langsung oleh pihak Gojek atau Grab. Singkatnya layanan ini sangat mirip dengan layanan delivery order dari sebuah restoran yang sudah ada sebelumnya.

Bagi pengusaha kuliner terutama Usaha Mikro Kecil, dan Menengah (UMKM), yang harus menyediakan budget besar untuk mengembangkan layanan delivery order sendiri, maka layanan Go-Food dan Grab-Food bisa menjadi solusi alternatif yang sangat membantu. Pengusaha (UMKM) bisa memiliki layanan delivery order tanpa harus menyiapkan armada sendiri dan orang yang mengantar. Dengan begitu, pengusaha tidak perlu menggaji SDM untuk delivery. Lebih ekstrim lagi, pengusaha bahkan tidak perlu memiliki store atau toko untuk berjualan. Layanan Go-Food dan Grab-Food juga memungkinkan pangsa pasar semakin meluas. Bayangkan saja, saat ini ada kurang lebih 200.000 armada roda dua Gojek dan Grab di Indonesia yang bisa dimanfaatkan sebagai armada layanan food delivery, syaratnya pun cukup mudah, tinggal bekerja sama dengan Gojek sehingga menu atau produk kuliner yang dijual oleh restoran atau rumah makan bisa masuk ke dalam menu pilihan di fitur Go-Food atau Grab-Food.

Layanan Go-Food dan Grab-Food memang langsung mendapat sambutan positif dari para pelaku pengusaha kuliner. Bahkan menurut keterangan dari pihak Gojek dan Grab pada April 2015, layanan Go-Food dan Grab-Food sudah bekerja sama dengan 15.000 tempat makan di wilayah Jabodetabek. Dari 15.000 tempat

makan tersebut terdiri dari 23 kategori, mulai dari kaki lima, rumah makan, hingga restoran mewah. Artinya Go-Food dan Grab-Food tidak hanya disediakan bagi pemilik restoran mewah saja. Salah satu esensi GoFood adalah mempromosikan makanan hasil karya industri UKM. Go-Food dan Grab-Food menyediakan fitur suggest restaurant jika ada makanan yang enak dan berkualitas bagus di pinggir jalan. Selain itu Gojek dan Grab justru membawa dampak positif bagi para konsumennya, termasuk para pengusaha yang memakai jasa ojek online sebagai layanan delivery. Bagi pengusaha kuliner, Go-Food dan Grab-Food sebagai layanan food delivery rasanya tidak memiliki dampak negatif sama sekali. Justru banyak keuntungan yang bisa dirasakan.

Menurut BPS Kota Bandung (2019) merupakan kota terbanyak jumlah restoran/rumah makan jika dibandingkan dengan Kabupaten/ Kota di Provinsi Jawa Barat lainnya. Seiring dengan perkembangan industri kuliner di Kota Bandung yang ditunjang dengan perkembangan zaman dan semakin canggihnya teknologi, kini masyarakat di perkotaan khususnya di Kota Bandung dipermudah dengan adanya layanan yang serba praktis.

Data tabel diatas penunjukan bahwa kenaikan penyebaran restoran atau rumah makan di kota bandung terbanyak adalah kategori restoran dengan diikuti oleh rumah makan. Sedangkan, kategori café dan bar tidak mengalami kenaikan yang begitu besar. Kenaikan restoran atau rumah makan di Kota Bandung disebabkan oleh meningkatnya permintaan masyarakat akan makanan dengan didukung oleh kemajuan teknologi.

Radius pencapaian Rumah Makan atau Restoran dengan lokasi tempat tinggal pada Sarana Perdagangan adalah 300 meter dari tempat tinggal, dengan jangkauan Rumah Makan atau Restoran dilakukan aktivitas menuju Rumah Makan atau Restoran dengan berjalan kaki. Dengan muncul nya fitur Go-Food atau Grab-Food, persebaran rumah makan di Kota Bandung semakin tersebar dan memudahkan pengguna untuk mendapatkan makanan yang diinginkan tanpa harus datang ke restoran atau rumah makan yang diinginkan.

Pihak Go-jek dan Grab menyatakan bahwa pesanan makanan melalui fitur Go-Food dan Grab-Food ini akan tiba dalam waktu tidak lebih dari 60 menit. Untuk menunjang promosi Go-Food atau Grab-Food, setiap minggunya pihak Go-Jek dan

Grab memberikan promo harga makanan yang telah disediakan. Go-Jek dan Grab telah mengembangkan fitur Go-Food dan Grab-Food dengan menambahkan pilihan makan Di bawah 20 ribu, Di bawah 50 ribu dan Diskon 40% berdasarkan harga makanan. Adapun berdasarkan kategorinya Go-Food dan Grab-Food memberikan layanan seperti makanan terbaru di minggu ini, promosi, makanan terdekat, terlaris, promo antar, makanan 24 jam, menu hemat, menu sehat dan makanan atau Rumah Makan Terfavorit.

Sehubungan dengan hal diatas, maka penulis tertarik untuk mengetahui sejauh mana pengguna menggunakan layanan Food Delivery transportasi online untuk membeli makanan yang diinginkan berdasarkan jarak rumah makan dengan lokasi tempat tinggal. Maka peneliti tertarik untuk meneliti tentang perilaku penggunaan layanan pengiriman dan pemesanan serta persepsi pengguna tentang layanan pengiriman dan pemesanan makanan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut

1. Bagaimana perilaku penggunaan layanan transportasi *online*?
2. Bagaimana karakteristik penggunaan layanan pengiriman dan pemesanan makanan?
3. Bagaimana persepsi pengguna tentang layanan pemesanan dan pengiriman makanan dengan transportasi *online*?
4. Apakah ada hubungan antara perilaku pengguna dengan persepsi tentang layanan pengiriman dan pemesanan makanan?

1.3 Tujuan dan Sasaran

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang sudah dipaparkan di atas, maka berikut merupakan tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui perilaku dan persepsi pengguna tentang layanan pemesanan dan pengiriman makanan dengan transportasi online.

Adapun sasaran untuk tercapainya tujuan tersebut, diantaranya :

1. Perilaku penggunaan layanan transportasi *online*.
2. Penggunaan layanan pengiriman dan pemesanan makanan dengan transportasi *online*

3. Persepsi pengguna tentang layanan pengiriman dan pemesanan makanan dengan transportasi *online*.
4. Hubungan antara perilaku pengguna dengan persepsi tentang layanan pengiriman dan pemesanan makanan

1.4 Ruang Lingkup Studi

Pada sub bab ini akan menjelaskan mengenai ruang lingkup studi penelitian. Ruang lingkup studi penelitian ini dibagi menjadi dua yaitu, ruang lingkup wilayah dan ruang lingkup materi. Ruang lingkup materi akan menguraikan substansi pokok yang akan dibahas, sedangkan ruang lingkup wilayah akan memberikan batasan wilayah studi yang diteliti.

1.4.1 Objek Penelitian dan Ruang Lingkup Wilayah

Adapun objek penelitian yang digunakan oleh peneliti yaitu mahasiswa yang aktif di Kecamatan Sukasari. Mahasiswa adalah seseorang yang sedang dalam proses menimba ilmu ataupun belajar dan terdaftar sedang menjalani pendidikan pada salah satu bentuk perguruan tinggi yang terdiri dari akademik, politeknik, sekolah tinggi, institut dan universitas. Mereka cenderung memantapkan dan berpikir dengan matang terhadap sesuatu yang akan diraihinya, sehingga mereka memiliki pandangan yang realistik tentang diri sendiri dan lingkungannya.

Ruang lingkup wilayah penelitian yang dipilih oleh peneliti yaitu Kecamatan Sukasari merupakan salah satu Kecamatan yang memiliki 10 kampus dimana setiap tahun ajaran barunya jumlah mahasiswa yang tinggal dan menempuh pendidikan di Kecamatan tersebut.

Ruang lingkup wilayah dalam penelitian ini difokuskan pada Kecamatan Sukasari yang mempunyai luas wilayah 2.115,85 Ha. Kecamatan Sukasari mempunyai batas-batas administrasi wilayah diantaranya : Kecamatan Andir, Kecamatan Cicendo, Kecamatan Sukajadi dan Kecamatan Sukasari. Ruang lingkup wilayah penelitian berbatasan dengan :

- Sebelah Utara : Kabupaten Bandung
- Sebelah Barat : Kabupaten Bandung dan Kota Cimahi
(Jl. Raya Cibeureum dan Sungai Cibeureum)
- Sebelah Selatan : Wilayah Pengembangan Tegallega
(Jl. Jenderal Sudirman)

- Sebelah Timur : Wilayah Pengembangan Cibeunying
(Jl. Setiabudhi, Jl. Cipaganti, Jl. Cihampelas)

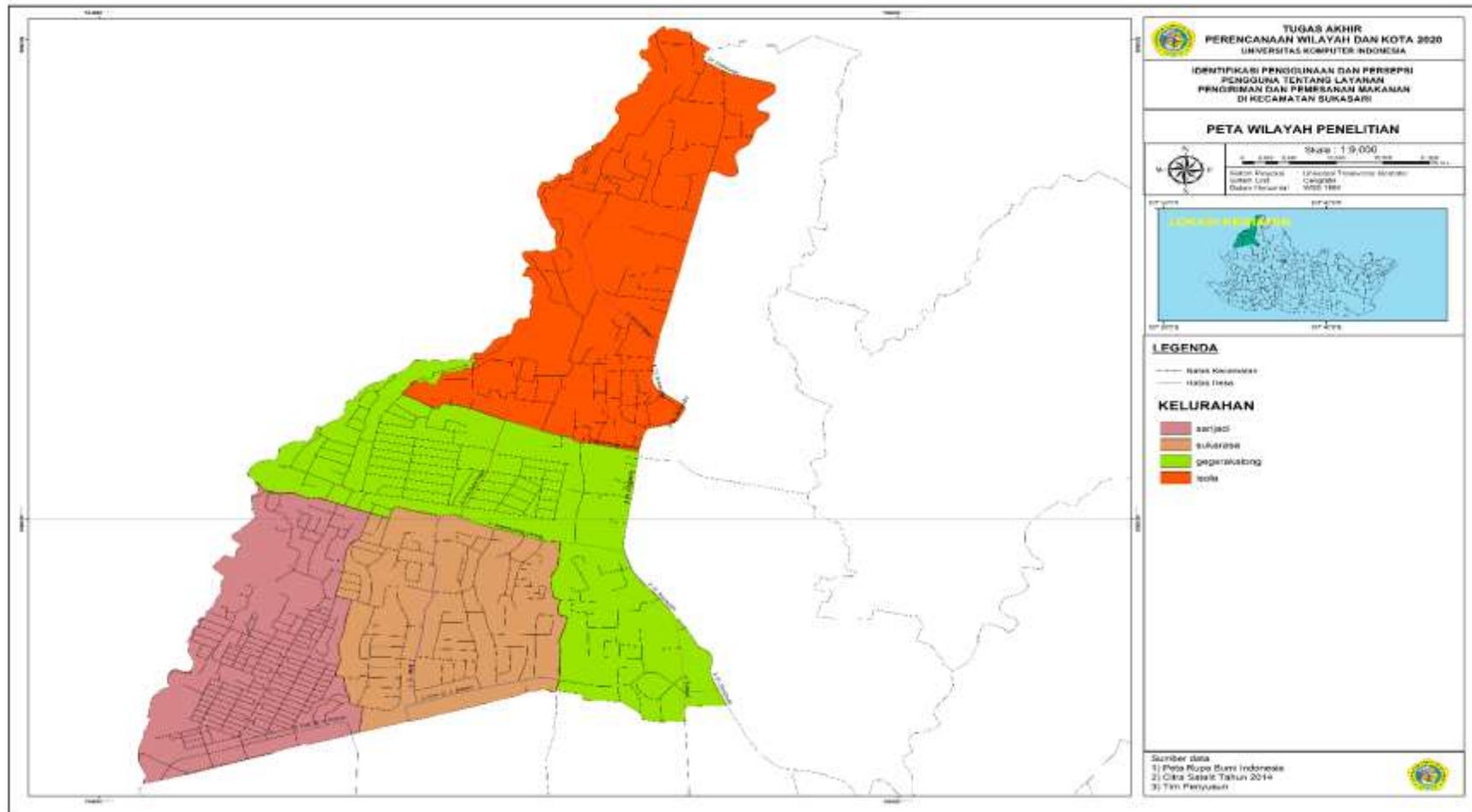
4.1.2 Ruang Lingkup Materi

Ruang lingkup materi pada studi ini akan membahas tentang perilaku pergerakan dan persepsi pengguna tentang layanan pemesanan dan pengiriman makanan dengan ojek online.

1. Transportasi Online

Transportasi online dalam Permenhub No. 26 Tahun 2017 merupakan angkutan orang dengan kendaraan bermotor umum tidak dalam trayek, angkutan yang dilayani dengan mobil penumpang umum atau mobil bus umum dalam wilayah perkotaan atau kawasan tertentu atau dari suatu tempat ke tempat lain, mempunyai asal dan tujuan tetapi tidak mempunyai lintasan dan waktu tetap. Adapun transportasi online memiliki berbagai macam layanan adapun layanan tersebut yaitu :

- 1) Layanan penumpang dengan sepeda motor
- 2) Layanan penumpang dengan mobil
- 3) Layanan pengiriman dan pemesanan makanan
- 4) Layanan mengambil dan mengirim barang
- 5) Layanan pembelian barang ke toko atau makanan ke restoran yang belum bekerjasama dengan transportasi online
- 6) Layanan pembelian barang ke toko atau makanan ke restoran yang bekerjasama dengan transportasi online
- 7) Layanan penyewaan mobil box
- 8) Layanan pembayaran tagihan
- 9) Layanan pembelian tiket acara atau bioskop
- 10) Layanan pembelian pulsa
- 11) Layanan jasa memberishkan rumah



Gambar I - 1 Peta Wilayah Penelitian Kecamatan Sukasari
Sumber : Hasil Digitasi, 2020

2. Layanan Pengiriman dan Pemesanan Makanan atau Food Delivery

Berdasarkan jenis layanan transportasi online diatas. Peneliti mengambil 1 layanan untuk diteliti lebih lanjut yaitu layanan pengiriman dan pemesanan makanan. Menurut Lembaga Demografi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia, (2017) layanan pengiriman dan pemesanan makanan merupakan urutan kedua yang sering digunakan oleh pengguna jasa transportasi online. Food delivery order atau sering disebut dengan FDO adalah suatu jasa antar makanan yang akan memanjakan dan memudahkan kita sebagai penjelajah kuliner untuk berwisata kuliner di rumah atau bagi orang-orang yang super sibuk dan tidak ada waktu untuk memasak maka inilah solusinya “Food Delivery Order”.

3. Faktor Persepsi

Faktor persepsi adalah faktor yang digunakan responden dalam menilai pelayanan dan kualitas fitur-fitur yang diberikan ojek online dalam menunjang aktivitas penggunaannya. Adapun persepsi pada penelitian ini sebagai berikut :

- 1) Kemudahan penggunaan layanan pengiriman dan pemesanan makanan.
- 2) Biaya delivery cukup terjangkau.
- 3) Dapat menghemat ongkos pergi ke Restoran.
- 4) Banyak potongan harga makanan.
- 5) Menjangkau restoran yang jauh dari tempat pemesanan.
- 6) Dapat menikmati layanan pengiriman dan pemesanan makanan dimana saja.
- 7) Layanan pengiriman dan pemesanan makanan dapat menghemat waktu.
- 8) Layanan pengiriman dan pemesanan makanan tidak perlu menunggu lama.
- 9) Layanan pengiriman dan pemesanan makanan memudahkan transaksi.
- 10) Mendapatkan promo pembayaran dengan GOPAY atau OVO.

- 11) Adanya layanan pengiriman dan pemesanan makanan tidak perlu datang ke Restoran.
- 12) Adanya customer service secara online.
- 13) Layanan pengiriman dan pemesanan makanan memberikan perkiraan jarak dan waktu sampai.
- 14) Layanan pengiriman dan pemesanan makanan berkontribusi dalam mengurangi volume lalu lintas.

1.5 Metode Penelitian

Metode penelitian yang akan dilakukan pada penelitian ini yaitu menggunakan kuesioner melalui platform Google Form, pengolahan data, analisis data dan penulisan penelitian.

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

Pada tahapan pengumpulan data dilakukan dengan memperoleh data primer dan data sekunder.

1. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang sudah digunakan sebelumnya oleh orang lain yang diperoleh dari instansi-instansi atau data yang diperoleh pada instansi terkait guna mengetahui data kuantitatif objek penelitian.

Tabel I - 1
Kebutuhan Data Sekunder

No.	Kebutuhan Data	Sumber	Kegunaan
1	Data Perguruan Tinggi di Kecamatan Sukasari	Google Maps	Mengetahui lokasi Perguruan Tinggi di Kecamatan Sukasari
2.	Data Jumlah Mahasiswa di Kecamatan Sukasari	Website Perguruan Tinggi yang berada di Kecamatan Sukasari	Mengetahui jumlah mahasiswa berdasarkan perguruan tinggi yang berada di Kecamatan Sukasari
3.	Gambaran Umum Kecamatan Sukasari	Profil Kecamatan Sukasari	Mengetahui gambaran umum Kecamatan Sukasari

Sumber: Desain Survey, 2020

2. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dengan menggunakan metode kuesioner melalui platform GoogleForm

a. Kuesioner

Kuesioner adalah salah satu teknik pengumpulan data yang dituangkan dalam bentuk item pertanyaan. Kuesioner ini ditunjukkan kepada masyarakat Kecamatan Sukasari.

Adapun penyebaran kuesioner yang dilakukan peneliti yaitu menggunakan platform google form. Form kuesioner ini disebarakan ke setiap official akun aplikasi Line kampus yang ada di Kecamatan Sukasari.

Tabel I – 2
Identifikasi Kebutuhan Data

No.	Kebutuhan Data	Sasaran
1.	Data Diri Responden : a. Umur b. Jenis kelamin c. Tingkat pendidikan sekarang d. Kampus e. Status Tempat Tinggal f. Alamat tempat tinggal	Untuk mengetahui data diri responden
2.	Data Penggunaan Layanan Transportasi Online : a. Aplikasi Transportasi online yang sering digunakan b. Layanan transpotasi online yang sering digunakan	Untuk mengetahui layanan transportasi online yang sering digunakan mahasiswa.
3.	Data Karakteristik Penggunaan Layanan Pengiriman dan Pemesanan Makanan : a. Lama menggunakan layanan pengiriman dan pemesanan makanan b. Terakhir kali menggunakan layanan pengiriman dan pemesanan makanan c. Waktu menggunakan layanan pengiriman dan pemesanan makanan : a) Pagi b) Siang c) Sore d) Malam d. Aplikasi transportasi online yang sering digunakan untuk layanan pengiriman dan pemesanan makanan	Untuk mengetahui karakteristik penggunaan layanan pengiriman dan pemesanan makanan.

No.	Kebutuhan Data	Sasaran
	<ul style="list-style-type: none"> e. Tempat biasa menggunakan layanan pengiriman dan pemesanan makanan f. Sistem pembayaran yang sering digunakan g. Rata-rata biaya yang dikeluarkan untuk layanan pengiriman dan pemesanan makanan h. Biasanya dengan siapa menikmati layanan pengiriman dan pemesanan makanan 	
4.	<p>Persepsi Pengguna terhadap Layanan Pengiriman dan Pemesanan Makanan :</p> <ul style="list-style-type: none"> 1. Kemudahan menggunakan layanan pengiriman dan pemesanan makanan 2. Biaya delivery terjangkau 3. Adanya layanan pengiriman dan pemesanan makanan dapat menghemat ongkos 4. Banyak potongan harga makanan 5. Menjangkau Restoran yang jauh dari tempat pemesanan 6. Dapat menikmati layanan pengiriman dan pemesanan dimana saja 7. Layanan pengiriman dan pemesanan makanan menghemat waktu 8. Layanan pengiriman dan pemesanan makanan tidak perlu menunggu lama 9. Layanan pengiriman dan pemesanan makanan memudahkan transaksi 10. Mendapatkan promo pembayaran dengan GOPAY atau OVO 11. Adanya layanan pengiriman dan pemesanan makanan tidak perlu datang ke Restoran yang diinginkan 12. Adanya costumer service secara online 13. Layana pengiriman dan pemesanan makanan memberikan perkiraan jarak dan waktu sampai 14. Layanan pengiriman dan pemesanan makanan berkontribusi dalam mengurangi volume lalulintas 	Untuk mengetahui persepsi pengguna tentang layanan pengiriman dan pemesanan makananan

Sumber : *Desain Penelitian, 2020*

1.5.2 Metode Pengambilan Sampel

Untuk memperoleh batasan wilayah penelitian dan perolehan data baik dari pembagian kuesioner maupun wawancara langsung dengan narasumber. Maka, peneliti menggunakan metode pengambilan sampel. Metode ini menggunakan perhitungan rumus slovin, yaitu :

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

Keterangan :

n : Jumlah sampel yang dicari

N : Jumlah populasi (jumlah penduduk wilayah penelitian)

e : batas toleransi kesalahan.

Pada penelitian ini peneliti memiliki asumsi jumlah mahasiswa diambil dari 38,20% jumlah penduduk Kecamatan Sukasari. Adapun populasi mahasiswa aktif di Kecamatan Sukasari dengan jumlah mahasiswa 30998 orang. Adapun perhitungan pengambilan sampel berdasarkan jumlah mahasiswa tersebut.

$$n = \frac{30998}{1+30998(0.1)^2}$$

$n = 99.67$ sampel, dibulatkan menjadi 100 sampel.

Dimana N menunjukkan jumlah populasi mahasiswa yang tinggal di Kecamatan Sukasari (e) tingkat eror dalam persen. Berdasarkan perhitungan pengambilan sampel diatas, maka diperoleh hasil sebanyak 100 sampel untuk menjadi responden.

1.5.3 Metode Analisis Data

Adapun analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif stastisika dan *Crosstab*. Analisis deskriptif kuantitatif digunakan untuk menganalisis data dengan mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul melalui angka. Dalam melakukan analisis data ada beberapa tahapan yang akan dilakukan, yaitu :

1. Pengolahan data perilaku penggunaan layanan transportasi online dan melihat hubungan perilaku penggunaan layanan pengiriman dan pemesanan makanan dengan analisis *Crosstab*.

2. Pengolahan data karakteristik pengguna layanan pengiriman dan pemesanan makanan dengan statistika deskriptif
3. Pengolahan persepsi pengguna terhadap layanan pengiriman dan pemesanan makanan dengan statistika deskriptif.
4. Pengolahan hubungan perilaku penggunaan layanan pengiriman dan pemesanan makanan dengan Analisis *Crosstab*.

Tabel I – 3
Variabel Penelitian

Sasaran	Variabel	Metode Analisis
1. Perilaku Penggunaan layanan transportasi online	Intensitas penggunaan layanan transportasi online	Deskriptif
	Intensitas penggunaan layanan transportasi online dengan jenis kelamin responden	Analisis <i>Crosstab</i>
	Intensitas penggunaan layanan transportasi online dengan kelompok umur responden	
2. Karakteristik Penggunaan layanan pengiriman dan pemesanan makanan	waktu mulai menggunakan layanan pengiriman dan pemesanan makanan	Deskriptif
	waktu mulai menggunakan layanan pengiriman dan pemesanan makanan dengan jenis kelamin responden	Analisis <i>Crosstab</i>
	waktu mulai menggunakan layanan pengiriman dan pemesanan makanan dengan kelompok umur responden	
	penggunaan terakhir layanan pengiriman dan pemesanan makanan	Deskriptif
	penggunaan terakhir layanan pengiriman dan pemesanan makanan dengan jenis kelamin responden	Analisis <i>Crosstab</i>
	penggunaan terakhir layanan pengiriman dan pemesanan makanan dengan kelompok umur responden	
	waktu menggunakan layanan pengiriman dan pemesanan makanan:	
	1. Pagi (05.00 - 10.00)	Deskriptif
	Penggunaan di Pagi Hari dengan jenis kelamin responden	Analisis <i>Crosstab</i>
	Penggunaan di Pagi Hari dengan kelompok umur responden	
	2. Siang (10.00 - 15.00)	Deskriptif
	Penggunaan di Siang Hari dengan jenis kelamin responden	Analisis <i>Crosstab</i>
	Penggunaan di Siang Hari dengan kelompok umur responden	
	3. Sore (15.01 - 18.00)	Deskriptif

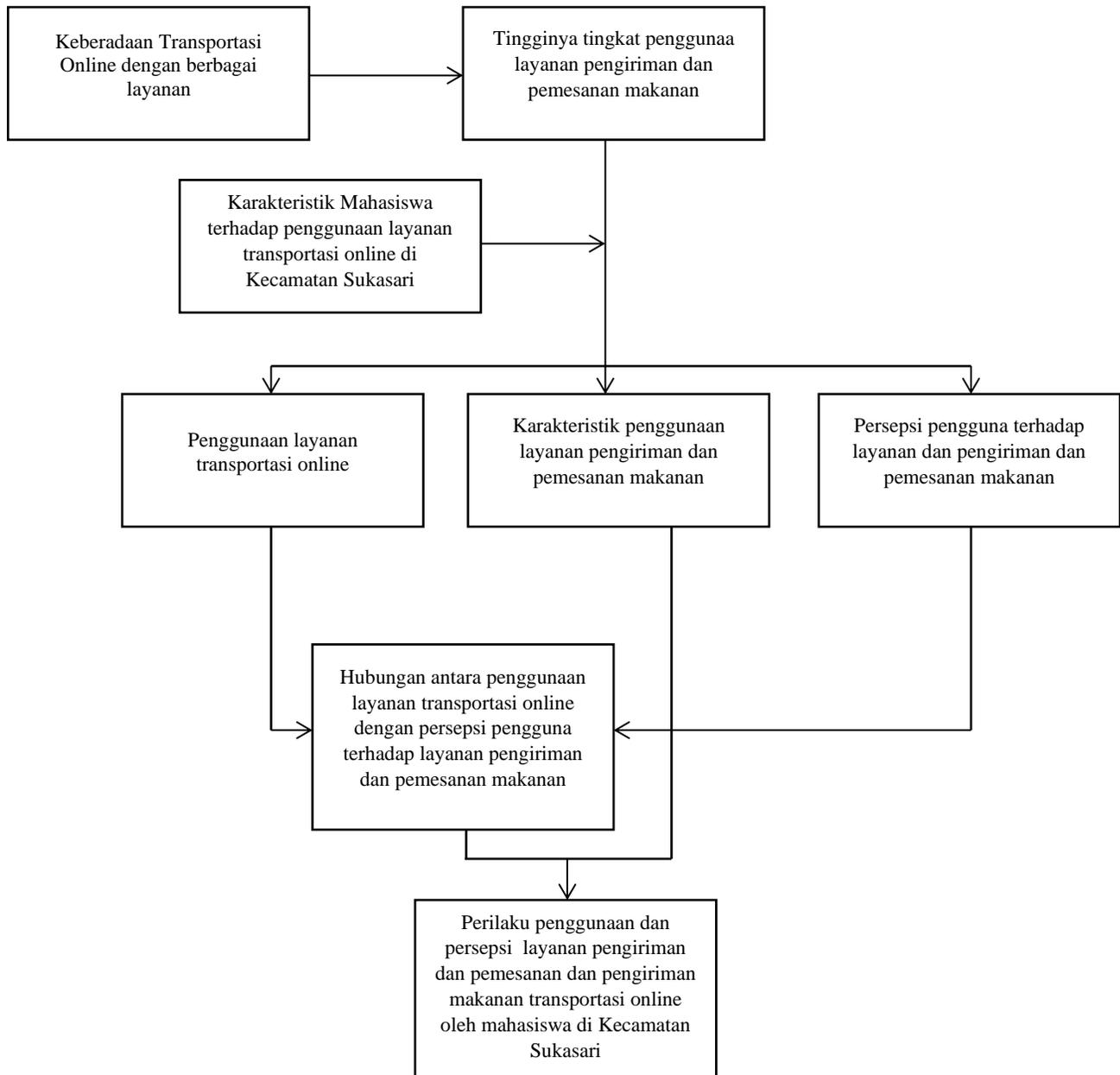
Sasaran	Variabel	Metode Analisis
	Penggunaan di Sore Hari dengan jenis kelamin responden	Analisis <i>Crosstab</i>
	Penggunaan di Sore Hari dengan kelompok umur responden	
	4. Malam (18.01 - 23.00)	Deskriptif
	Penggunaan di Malam Hari dengan jenis kelamin responden	Analisis <i>Crosstab</i>
	Penggunaan di Malam Hari dengan kelompok umur responden	
	Tempat yang biasa untuk menggunakan layanan pengiriman dan pemesanan makanan	Deskriptif
	Tempat yang biasa dengan jenis kelamin responden	Analisis <i>Crosstab</i>
	Tempat yang biasa dengan kelompok umur responden	
	sistem pembayaran yang biasa digunakan	Deskriptif
	Sistem pembayaran yang biasa digunakan dengan jenis kelamin responden	Analisis <i>Crosstab</i>
	Sistem pembayaran yang biasa digunakan dengan kelompok umur responden	
	biaya yang dikeluarkan dalam menggunakan layanan pengiriman dan pemesanan makanan	Deskriptif
	Biaya yang dikeluarkan dengan jenis kelamin responden	Analisis <i>Crosstab</i>
	Biaya yang dikeluarkan dengan kelompok umur responden	
	Dengan siapa pengguna menikmati layanan pengiriman dan pemesanan makanan	Deskriptif
	Hubungan dengan siapa pengguna menikmati layanan pengiriman dan pemesanan makanan dengan jenis kelamin responden	Analisis <i>Crosstab</i>
Hubungan dengan siapa pengguna menikmati layanan pengiriman dan pemesanan makanan dengan kelompok umur responden		
3. Persepsi Pengguna tentang layanan pengiriman dan pemesanan makanan	1. Kemudahan penggunaan layanan pengiriman dan pemesanan makanan	Deskriptif
	2. Biaya delivery cukup terjangkau	
	3. Dapat menghemat ongkos pergi ke Restoran	

Sasaran	Variabel	Metode Analisis		
	4. banyak potongan harga makanan			
	5. Menjangkau restoran yang jauh dari tempat pemesanan			
	6. Layanan pengiriman dan pemesanan makanan dapat dinikmati dimana saja			
	7. Layanan pengiriman dan pemesanan makanan dapat menghemat waktu			
	8. Layanan pengiriman dan pemesanan makanan tidak perlu menunggu lama			
	9. Layanan pengiriman dan pemesanan makanan memudahkan transaksi			
	10. Mendapatkan promo pembayaran dengan GOPAY dan OVO			
	11. Adanya layanan pengiriman dan pemesanan makanan tidak perlu datang ke Restoran			
	12. Memiliki Cosutmer Service secara online			
	13. Layanan pengiriman dan pemesanan makanan memberikan perkiraan jarak dan waktu sampai			
	14. Layanan pengiriman dan pemesanan makanan berkontribusi dalam mengurangi volume lalu lintas			
	4. Hubungan perilaku dengan persepsi tentang layanan pengiriman dan pemesanan makanan		1. Perilaku penggunaan layanan pengiriman dan pemesanan makanan	Analisis Crosstab
			2. Persepsi pengguna tentang layanan pengiriman dan pemesanan makanan	

Sumber : *Desain Penelitian, 2020*

1.5.4 Kerangka Berpikir

Kerangka pemikiran dibuat berdasarkan latar belakang, tujuan, sasaran, metodologi penelitian, hingga hasil akhir yang diharapkan seperti yang dilihat pada gambar dibawah ini :



Gambar I – 2 Kerangka Berfikir

Sumber : Penulis, 2020

1.6 Sistematika Penulisan

Berikut ini merupakan sistematika penulisan laporan tugas akhir yang berjudul **“IDENTIFIKASI PERILAKU PENGGUNAAN DAN PERSEPSI PENGGUNA TENTANG LAYANAN PEMESANAN DAN PENGIRIMAN MAKANAN DENGAN TRANSPORTASI ONLINE”**

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisikan mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan, dan sasaran penelitian, ruang lingkup, metodologi penelitian, kerangka pemikiran dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini berisikan mengenai pemahaman tentang transportasi online, kebijakan transportasi online, layanan transportasi online, jenis transportasi online, pemahaman tentang layanan pengiriman dan pemesanan makanan, karakteristik mahasiswa.

BAB III GAMBARAN UMUM WILAYAH STUDI

Pada bab ini berisikan mengenai pembahasan gambaran umum secara umum wilayah penelitian, yaitu, Kecamatan Sukasari serta Karakteristik Responden Penelitian.

BAB IV PEMBAHASAN

Pada bab ini berisikan hasil statistika deskriptif perilaku penggunaan layanan transportasi online, karakteristik pengguna layanan pengiriman dan pemesanan makanan, persepsi pengguna tentang layanan pengiriman dan pemesanan makanan serta hubungan perilaku penggunaan layanan pengiriman dan pemesanan makanan dengan persepsi pengguna tentang layanan pengiriman dan pemesanan makanan.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini berisikan kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan, keterbatasan peneliti dalam studi lanjut.