

SKRIPSI

ANALISIS DETERMINAN JASA TRANSPORTASI *ONLINE*

BAGI MAHASISWA UNIVERSITAS HASANUDDIN

disusun dan diajukan oleh:

DELYAZRI WAHYULIANA

A011201026



Kepada

DEPARTEMEN ILMU EKONOMI

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS HASANUDDIN

MAKASSAR

2024

SKRIPSI

ANALISIS DETERMINAN JASA TRANSPORTASI *ONLINE* BAGI MAHASISWA UNIVERSITAS HASANUDDIN

Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana

disusun dan diajukan oleh:

**DELYAZRI WAHYULIANA
A011201026**



Kepada

**DEPARTEMEN ILMU EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR**

2024

SKRIPSI
ANALISIS DETERMINAN PERMINTAAN TRANSPORTASI ONLINE
BAGI MAHASISWA UNIVERSITAS HASANUDDIN

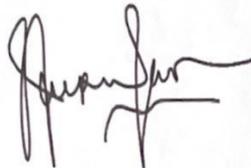
disusun dan diajukan oleh:

DELYAZRI WAHYULIANA
A011201026

telah dipertahankan dalam sidang ujian skripsi

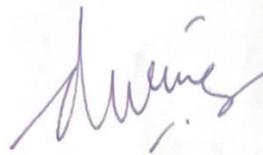
Makassar, 20 Agustus 2024

Pembimbing Utama



Dr. Indraswati T.A Reviane, SE., MA., CWM®
NIP 19651012 199903 2001

Pembimbing Pendamping



Dr. Nur Dwiana Sari Saudi, SE., M.SI., CWM®
NIP 19770119 200801 2008

Ketua Departemen Ilmu Ekonomi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Hasanuddin



Dr. Sabir, SE., M.SI., CWM®
NIP. 19740715 200212 1003

SKRIPSI
ANALISIS DETERMINAN PERMINTAAN JASA
TRANSPORTASI ONLINE BAGI MAHASISWA UNIVERSITAS
HASANUDDIN

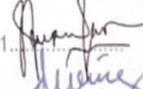
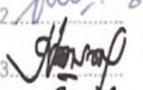
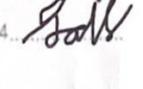
disusun dan diajukan oleh:

DELYAZRI WAHYULIANA
A011201026

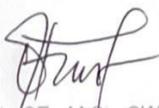
telah dipertahankan dalam sidang ujian skripsi
pada tanggal **20 Agustus 2024** dan
dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

Menyetujui,

Panitia penguji

No	Nama Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1.	Dr. Indraswati Tri Abdi Reviane, SE., MA., CWM	Ketua	1. 
2.	Dr. Nur Dwiana Sari Saudi, SE., M.Si., CWM	Sekretaris	2. 
3.	Prof. Dr. Abdul Hamid Paddu, MA, CRP.	Anggota	3. 
4.	Salman Samir, SE., M.Sc	Anggota	4. 

Ketua Departemen Ilmu Ekonomi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Hasanuddin


Dr. Sabir/SE., M.Si., CWM®
NIP. 197407152002121003

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama Mahasiswa : Delyazri Wahyuliana
NIM : A011201026
Program Studi : Ekonomi Pembangunan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Jenjang : Sarjana (S1)

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi yang berjudul Analisis Determinan Permintaan Jasa Transportasi Online Bagi Mahasiswa Universitas Hasanuddin adalah karya ilmiah saya sendiri dan sepanjang pengetahuan saya dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali yang dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dalam daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari ternyata di naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut dan diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No. 20 Tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Makassar, 20 Agustus 2024
Yang membuat pernyataan,



Delyazri Wahyuliana

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT karena atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul ""Analisis Determinan Permintaan Jasa Transportasi *Online* bagi Mahasiswa Universitas Hasanuddin"" sebagai tugas akhir sebagai persyaratan untuk memperoleh gelar sarja pada Departemen Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Hasanuddin. Tidak lupa pula salawat serta salam penulis hanturkan kepada Rasulullah Muhammad SAW, utusan Allah yang telah membawa cahaya petunjuk bagi umat manusia.

Penulis menyadari banyaknya kekurangan, kesukaran, serta hambatan yang penulis hadapi pada proses penyusunan hingga penyelesaian skripsi ini, akan tetapi doa, dukungan, motivasi bimbingan, dan saran dari berbagai pihak akhirnya berhasil mendorong penulis hingga ke tahap ini. Oleh karena itu, melalui kesempatan ini penulis dengan penuh rasa syukur dan kerendahan hati ingin menyampaikan terima kasih kepada :

1. Kedua orang tua penulis Bapak Sulaeman,S.Sos. dan Mama Wahyuniati dengan penuh kehormatan, penulis mengucapkan terima kasih karena telah mengusahakan berbagai hal untuk penulis, serta merawat dan mendukung penulis sehingga penulis bisa berada di titik ini. Terima kasih sudah mengizinkan anak perempuanmu menelusuri jalan sesuai keinginannya. Tidak ada kata-kata yang akan mampu mewakili rasa syukur dan terima kasih penulis terhadap kasih sayang yang penulis terima selama ini. Tak lupa juga, penulis mengucapkan terima kasih kepada saudara penulis Muh. Shafwan Afiq dan Fayzah Faliza Wahyuliani karena

telah memberi dukungan, perhatian, hiburan, dan apresiasi selama ini.

2. Ibu Dr. Indraswati T.A Reviane, SE., MA., CWM® selaku pembimbing utama dan Ibu Dr. Nur Dwiana Sari Saudi, SE., M.Si., CWM® selaku pembimbing pendamping yang senantiasa membimbing, mengarahkan, memberikan nasehat dan menjadi rekan diskusi selama penulis mengerjakan tugas akhir. Terima kasih juga kepada Bapak Prof. Dr. Abdul Hamid Paddu, MA., CRP dan Bapak Salman Samir, SE., M.Sc selaku penguji pertama dan kedua yang banyak memberikan saran dan kritik terhadap karya tugas akhir penulis.
3. Bapak Sabir, SE., M.Si., CWM® selaku ketua Departemen Ilmu Ekonomi dan seluruh dosen Ilmu Ekonomi yang telah memberikan pengetahuan dan bantuan selama penulis duduk di bangku kuliah serta mereka yang sudah banyak membantu penulis selama perkuliahan; Pak Oscar, Pak Rahim, Pak Arif, Pak Jamal, Bu Dama, dan Mama Mala yang selalu direpotkan oleh penulis, maaf dan terima kasih atas bantuannya.
4. Saudari-saudari penulis yang tidak sedarah namun telah menjadi bagian penting dalam kehidupan penulis selama 12 tahun terakhir; Tasya, Ana, Dini, Ismi, Ainiyyah, dan Pute. Terima kasih atas rasa sabar kalian menghadapi semua sikap penulis, semangat yang kalian berikan, pelajaran berharga dan momen indah yang membuat hidup penulis lebih berarti, nasehat yang kalian berikan ketika penulis salah, mendengarkan kisah hidup dan keluh kesah penulis, serta keterlibatan kalian dalam proses dan pencapaian penulis. Terima kasih telah menjadi saudari sekaligus sahabat terbaik versi kalian dan menjadi alasan penulis tetap kuat di saat dunia terasa tidak sebercanda itu. Tolong tetap sehat sampai kebahagiaan itu terlihat.

5. Sahabat-sahabat penulis yang selama ini selalu sedia 24 jam menemani dan membantu penulis dalam keadaan apapun, memberikan tawa dan kebahagiaan tersendiri bagi penulis. Kepada ""Makan Terus""; Puput, Putri, Onji, Aso, Kipli, Pandi, dan Aswin (alm). Terima kasih sudah jadi manusia random yang penuh kejutan disemua situasi yang membuat kenangan tersendiri bagi penulis. Terima kasih sudah baik, memberikan perhatian penuh, sabar menghadapi penulis yang penuh lika-liku ini. Terima kasih telah kebersamai dari SMA hingga saat ini. Ditunggu trip selanjutnya.
6. Lagi syantik, Dini, Ale, dan Ajeng yang telah menjadi salah satu alasan penulis untuk pulang ke rumah. Terima kasih telah kebersamai walaupun jarang bertemu dan berkomunikasi, tetapi kalian salah satu alasan yang menjadikan masa remaja penulis berwarna. Terima kasih telah menjadi sahabat baik penulis. Mari terus tumbuh dan sukses bersama.
7. Sahabat cantik penulis, Vira, Pura, dan Diza yang telah banyak membantu dan kebersamai proses penulis dari awal perkuliahan sampai tugas akhir. Terima kasih atas segala bantuan, waktu, support, dan kebaikan yang diberikan kepada penulis selama ini. Semoga ke depannya kalian terus mencari dan membutuhkan penulis.
8. Teman-teman Rivendell 2020 yang telah berperan memberikan pengalaman dan banyak bantuannya selama perkuliahan.
9. Kakak-kakak Himajie; Kak yassin, Kak Malik, Kak Bahar dan sebagian kakak-kakak lain yang telah memberikan banyak ilmu, lelucon, nasehat, dan bantuan kepada penulis dari awal penulis bergabung hingga akhir penulisan skripsi ini. Semoga kakak-kakak sukses selalu. Teman-teman seperjuangan penulis di Himajie Ameda 2020 terima kasih atas segala

bantuan, kepercayaan, rasa aman, hiburan, dan kerja samanya melewati kehidupan kampus yang penuh drama serta traumatis. Adik-adik Himajie terkhususnya Diulti 2021 yang memberikan pengalaman baru dan momen baru bagi penulis. Tanpa kalian semua, rasanya kehidupan di kampus takkan meninggalkan kesan yang sedemikian mendalam.

10. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang sudah mau membantu penulis selama proses penulisan skripsi hingga selesai.

11. Seseorang yang belum bisa kutulis dengan jelas namanya di sini. Terima kasih telah berkontribusi banyak dalam penulisan skripsi ini, memberikan dukungan, pikiran, materi, waktu, dan senantiasa sabar menghadapi penulis. Kakinya yang selalu siap melangkah ketika penulis butuh apapun itu dan membawa penulis ke tempat-tempat indah, telinga yang tidak pernah lelah mendengarkan keluh kesah penulis kapanpun itu, dan mulut yang tidak pernah berkata tidak ketika penulis menginginkan sesuatu. Terima kasih telah membuat penulis merasa lebih berharga. Terima kasih telah menjadi bagian perjalanan penulis hingga penyusunan skripsi ini. Semoga segala harapan dan usaha kita menghasilkan sesuatu yang indah. Akhir kata, penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna.

Oleh karena itu, penulis mempersembahkan karya tulis ilmiah ini sebagai upaya untuk perkembangan serta memajukan ilmu pengetahuan. Aamiin.

ABSTRAK

Analisis Determinan Permintaan Jasa Transportasi *Online* bagi Mahasiswa Universitas Hasanuddin

Delyazri Wahyuliana
Indraswati Tri Abdi Reviane
Nur Dwiana Sari Saudi

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh uang saku, tarif jasa transportasi *online*, tarif jasa transportasi lainnya, dan jenis kelamin sebagai variabel moderasi terhadap permintaan jasa transportasi *online* bagi mahasiswa Universitas Hasanuddin. Responden penelitian ini sebanyak 96 mahasiswa Universitas Hasanuddin yang dilakukan dengan metode Non-probability Sampling dan pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa; (i) uang saku berpengaruh signifikan terhadap permintaan jasa transportasi *online*; (ii) tarif jasa transportasi *online* berpengaruh tidak signifikan terhadap permintaan jasa transportasi *online*; (iii) tarif jasa transportasi lainnya berpengaruh tidak signifikan terhadap permintaan jasa transportasi *online*; (iv) jenis kelamin memperkuat pengaruh uang saku terhadap permintaan jasa transportasi *online*; (v) jenis kelamin tidak memperkuat pengaruh tarif jasa transportasi *online* terhadap permintaan jasa transportasi *online*; (vi) jenis kelamin tidak memperkuat pengaruh tarif jasa transportasi lainnya terhadap permintaan jasa transportasi *online*.

Kata Kunci: Permintaan, Uang Saku, Tarif, dan Jenis Kelamin.

ABSTRACT

Analysis of Determinants of Demand for Online Transportation Services for Hasanuddin University Students

Delyazri Wahyuliana
Indraswati Tri Abdi Reviane
Nur Dwiana Sari Saudi

This research aims to determine and analyze the influence of pocket money, online transportation service rates, other transportation service rates, and gender as moderating variables on the demand for online transportation services for Hasanuddin University students. The respondents for this research were 96 students at Hasanuddin University, which was carried out using the non-probability sampling method and hypothesis testing was carried out using multiple linear regression. The results of this research show that; (i) pocket money has a significant effect on demand for online transportation services; (ii) online transportation service rates have no significant effect on demand for online transportation services; (iii) tariffs for other transportation services have no significant effect on demand for online transportation services; (iv) gender strengthens the influence of pocket money on demand for online transportation services; (v) gender does not strengthen the influence of online transportation service rates on demand for online transportation services; (vi) gender does not strengthen the influence of other transportation service rates on demand for online transportation services.

Keywords: Demand, Pocket Money, Rates, and Gender.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	v
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Landasan Teoritis.....	10
2.1.1 Teori Permintaan	10
2.1.2 Transportasi.....	12
2.1.4 Permintaan Jasa Transportasi <i>Online</i>	15
2.1.4.1 Elastisitas Permintaan Jasa Transportasi.....	17
2.1.5 Uang Saku	18
2.1.6 Teori Jumlah Tarif atau Harga.....	19
2.1.7 Jenis Kelamin	20
2.2 Hubungan Teoritis Antar Variabel.....	21
2.2.2 Hubungan Antara Tarif Jasa Transportasi <i>Online</i> dan Permintaan JasaTransportasi <i>Online</i>	22
2.2.3 Hubungan Antara Tarif Jasa Transportasi Lainnya dan Permintaan Jasa Transportasi <i>Online</i>	23
2.2.4 Hubungan Antara Uang Saku dan Permintaan Jasa Transportasi <i>Online</i>	24
2.2.5 Hubungan Antara Tarif Jasa Transportasi <i>Online</i> dan Permintaan JasaTransportasi <i>Online</i> yang Dimoderasi oleh Jenis Kelamin	25
2.2.6 Hubungan Antara Tarif Jasa Transportasi Lainnya dan Permintaan JasaTransportasi <i>Online</i> yang Dimoderasi oleh Jenis Kelamin	25

2.3 Penelitian Terdahulu	26
2.4 Kerangka Konseptual.....	28
2.5 Hipotesis Penelitian.....	29
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	31
3.1 Ruang Lingkup Penelitian	31
3.2 Populasi dan Sampel.....	31
3.3 Jenis dan Sumber Data	32
3.4 Metode Pengumpulan Data	33
3.5 Metode Analisis Data	33
3.6 Uji Asumsi Klasik	34
3.6.1 Uji Normalitas	35
3.6.2 Uji Multikolinieritas	35
3.6.3 Uji Heteroskedastisitas.....	35
3.7 Uji Analisis Regresi Linear Berganda	36
3.7.1 Uji Hipotesis.....	36
3.7.1.1 Koefisien Determinasi (R^2).....	36
3.7.1.2 Uji Parsial (t-test)	37
3.7.1.3 Uji Simultan (f-test)	37
3.7.2 Uji Moderasi.....	38
3.8 Definisi Operasional.....	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	41
4.1 Analisis Statistik Responden	41
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi (Prodi)	41
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku	43
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	44
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jarak Tempuh	44
4.1.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Rata-rata Penggunaan Jasa Transportasi <i>Online</i>	46
4.1.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Rata-rata Tarif Penggunaan JasaTransportasi <i>Online</i>	47
4.1.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Rata-rata Penggunaan Jasa Transportasi Lainnya	48
4.2 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	48
4.2.1 Hasil Uji Normalitas.....	49
4.2.2 Hasil Uji Multikolinieritas.....	49
4.2.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	49
4.3 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	50

4.3.1 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	50
4.3.2 Hasil Estimasi Regresi Berganda.....	50
4.3.3 Hasil Uji Parsial (Uji-T).....	51
4.3.4 Hasil Uji Simultan (Uji f)	52
4.3.5 Hasil Analisis Regresi Moderasi	52
4.4 Pembahasan Hasil Analisis Regresi.....	53
4.4.1 Pengaruh Uang Saku Terhadap Permintaan Jasa Transportasi <i>Online</i>	54
4.4.2 Pengaruh Tarif Jasa Transportasi <i>Online</i> Terhadap Permintaan Jasa Transportasi <i>Online</i> Bagi Mahasiswa Universitas Hasanuddin	55
4.4.3 Pengaruh Tarif Jasa Transportasi Lainnya Terhadap Permintaan Jasa Transportasi <i>Online</i> Bagi Mahasiswa Universitas Hasanuddin ...	57
4.4.4 Pengaruh Uang Saku Terhadap Permintaan Jasa Transportasi <i>Online</i> Bagi Mahasiswa Universitas Hasanuddin yang dimoderasi Oleh Jenis Kelamin	58
4.4.5 Pengaruh Tarif Jasa Transportasi <i>Online</i> Terhadap Permintaan Jasa Transportasi <i>Online</i> Bagi Mahasiswa Universitas Hasanuddin yang dimoderasi Oleh Jenis Kelamin	60
4.4.6 Pengaruh Tarif Jasa Transportasi Lainnya Terhadap Permintaan Jasa Transportasi <i>Online</i> Bagi Mahasiswa Universitas Hasanuddin yang dimoderasi Oleh Jenis Kelamin.....	61
BAB V PENUTUP	64
5.1 Kesimpulan	64
5.2 Saran	68
DAFTAR PUSTAKA	71

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Mahasiswa Universitas Hasanuddin yang Menggunakan Transportasi Umum pada Bulan Januari-Mei Tahun 2023.....	5
Tabel 4.1.1	Prodi Responden.....	42
Tabel 4.1.2	Uang Saku Responden	43
Tabel 4.1.3	Jenis Kelamin Responden.....	44
Tabel 4.1.4	Jarak Tempuh Responden dari Tempat Tinggal ke Kampus.....	44
Tabel 4.1.5	Kepemilikan Kendaraan Pribadi Responden	45
Tabel 4.1.6	Rata-rata Penggunaan Jasa Transportasi <i>Online</i> Responden dalam Seminggu Terakhir.....	46
Tabel 4.1.7	Rata-rata Tarif Penggunaan Jasa Transportasi <i>Online</i> Responden dalam Seminggu Terakhir	47
Tabel 4.1.8	Rata-rata Penggunaan Jasa Transportasi Lainnya Responden dalam Seminggu Terakhir.....	48
Tabel 4.3.2	Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Konseptual	29
------------	---------------------------	----

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Salah satu aspek vital dalam memperkuat ekonomi suatu negara atau wilayah adalah bidang transportasi. Bidang ini memiliki peran krusial sebagai alat penggerak perekonomian lokal, memfasilitasi pengiriman barang, pelayanan, dan mobilitas manusia dari lokasi awal ke destinasi yang dituju.

Pergerakan barang dan transportasi secara umum memiliki dampak yang signifikan terhadap manusia, masyarakat, ekonomi, dan sosial-politik suatu negara. Dalam aspek ini, pertumbuhan sistem transportasi sebuah kota memiliki dampak yang signifikan terhadap perkembangannya yang di mana sistem transportasi harus beroperasi dengan efisien sepanjang waktu karena pertumbuhan aktivitas penduduk suatu daerah berdampak pada peningkatan pergerakan manusia, barang, dan jasa. Hal ini menunjukkan bahwa akan ada permintaan yang terus meningkat untuk layanan transportasi. Oleh karena itu, diperlukan peningkatan pemenuhan kebutuhan transportasi, terutama di wilayah metropolitan.

Transportasi adalah komponen penting dalam kehidupan manusia dan ada hubungan yang kuat antara lokasi dan aktivitas manusia. Pentingnya transportasi ditunjukkan dengan meningkatnya kebutuhan akan layanan transportasi untuk memfasilitasi pergerakan orang dan barang di seluruh negeri dan internasional. Transportasi penting dalam mendorong perekonomian nasional, tetapi juga merupakan industri bisnis seperti sektor ekonomi lainnya. Transportasi laut, darat,

sungai, udara, kereta api, dan layanan pendukung transportasi merupakan bagian dari sektor transportasi. Kontribusi masing-masing dari moda transportasi terhadap Produk Domesti Bruto (PDB) menunjukkan kemajuan di sektor transportasi (Jumain et al, 2021).

Seiring dengan perkembangan zaman, transportasi terus mengalami kemajuan yang signifikan. Saat ini, masyarakat menggunakan kendaraan bermotor untuk berpindah tempat, baik melalui angkutan umum maupun menggunakan kendaraan pribadi. Di era saat ini, kemajuan teknologi memberikan kemudahan dan berkembang sangat pesat, terutama dalam bentuk transportasi *online*, seperti layanan ojek *online*.

Kepopuleran pemesanan melalui aplikasi telah membuat ojek *online* sangat diminati oleh masyarakat, dengan berbagai pilihan layanan yang ditawarkan untuk memenuhi berbagai kebutuhan jasa masyarakat. Transportasi berbasis *online* ini dapat menjadi peluang kerja bagi masyarakat, terutama bagi para pengemudi, selain memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam membeli jasa yang dibutuhkan (Cherly, 2018).

Kota Makassar, sebagai salah satu kota terbesar di Indonesia, memiliki posisi yang ideal dalam hal konektivitas dan ekonomi. Sebagai kota terbesar, Makassar secara alami berfungsi sebagai pusat dari kegiatan komersial, perumahan gedung-gedung pemerintahan, bisnis, dan pasar, khususnya di provinsi Sulawesi Selatan. Banyaknya aktivitas di area ini tentu saja membutuhkan transportasi. Infrastruktur transportasi yang memadai sangat dibutuhkan di wilayah ini untuk mendukung pergerakan penduduk dalam kehidupan sehari-hari dan kegiatan ekonomi. Hal tersebut meningkatkan mobilitas masyarakat, termasuk mahasiswa Universitas Hasanuddin. Data Dinas Perhubungan Kota Makassar

menunjukkan bahwa pada tahun 2023, rata-rata perjalanan harian di Makassar mencapai 2 juta trip. Selain itu, jumlah individu yang bekerja atau datang dari luar daerah ke Makassar juga terus meningkat. Hal ini semakin menambah beban para sistem transportasi di Makassar. Data Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan bahwa pada tahun 2022, terdapat 1 juta orang yang masuk ke Makassar dari luar daerah.

Moda transportasi yang tersedia di Makassar cukup beragam, mulai dari angkot (pete-pete), ojek pangkal, taksi, bus, hingga transportasi *online*. Namun, kemacetan menjadi permasalahan utama di Makassar, dengan rata-rata waktu tempuh yang semakin panjang dan tingkat polusi udara yang meningkat.

Ojek menjadi salah satu pilihan transportasi yang paling populer dibandingkan dengan sarana transportasi lainnya. Ojek adalah kendaraan roda dua yang dikemudikan oleh seorang pengemudi yang sangat efektif, terutama saat menavigasi kemacetan lalu lintas di kota-kota besar di suatu wilayah. Selain efisien dari segi waktu, ojek juga dapat digunakan dengan biaya yang murah. Dengan seringnya kemacetan di Kota Makassar saat ini, penduduk lebih cenderung memilih ojek sebagai moda transportasi untuk sampai ke tempat tujuan dengan lebih cepat (Fajariah, 2017).

Sejak diluncurkannya layanan transportasi berbasis *online* di Kota Makassar pada tahun 2016 dan diterima dengan baik oleh masyarakat sekitar. Ada enam elemen yang mempengaruhi pilihan bagi pelanggan yang menggunakan layanan transportasi berbasis internet. Di antara persyaratannya adalah kemudahan penggunaan, kecepatan, keandalan, kepraktisan, keamanan, dan biaya. Kehadiran transportasi berbasis *online* berdampak pada penggunaan transportasi

umum di Kota Makassar, terbukti dengan pertumbuhan penggunaan transportasi *online* yang cukup besar.

Suatu penelitian yang dilakukan pada bulan April 2017 oleh Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YKLI) mengenai keberadaan transportasi umum berbasis internet yang tidak memiliki trayek mengungkapkan alasan-alasan yang dikemukakan oleh mereka yang lebih memilih atau menggunakan transportasi *online*. Hasilnya menunjukkan bahwa mayoritas responden memilih transportasi *online* karena tarifnya yang terjangkau (84,1%), kecepatan layanan (81,9%), kenyamanan (78,8%), dan tingkat keamanan (61,4%). Ini menandakan bahwa aspek ekonomis, terutama tarif yang terjangkau, menjadi prioritas utama bagi responden (Karim, 2018).

Transportasi *online* sudah diminati berbagai kalangan masyarakat salah satunya kalangan mahasiswa. Umumnya layanan yang terdapat dalam transportasi *online* sering digunakan oleh mahasiswa untuk kebutuhan perkuliahan maupun kegiatan di luar kampus. Tentunya dengan kehadiran aplikasi ini sangat berdampak baik bagi mahasiswa (Purba, 2022).

Mahasiswa Universitas Hasanuddin sebagai salah satu kelompok pengguna transportasi terbesar di Makassar. Pola perjalanan mahasiswa seringkali berbeda dengan kelompok pengguna lainnya karena mereka seringkali harus berpindah-pindah antara tempat tinggal, kampus, dan berbagai destinasi akademik maupun sosial lainnya. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melaksanakan penelitian di Universitas Hasanuddin.

Seperti hasil survey yang dilaksanakan oleh peneliti terhadap mahasiswa Universitas Hasanuddin yang berjumlah 65 responden dengan memberi

pertanyaan mengenai penggunaan transportasi umum, yaitu transportasi *online* dan transportasi konvensional, dan hasilnya :

Tabel 1.1 Jumlah Mahasiswa Universitas Hasanuddin yang Menggunakan Transportasi Umum pada Bulan Januari - Mei Tahun 2023

Bulan	Jumlah Mahasiswa Universitas Hasanuddin Yang Menggunakan Transportasi	
	<i>Online</i>	Konvensional
Januari	45	29
Februari	45	25
Maret	46	25
April	47	24
Mei	49	24

Tabel 1.1 di atas menerangkan bahwa dari 65 responden mahasiswa Universitas Hasanuddin lebih banyak yang menggunakan transportasi *online* dibandingkan transportasi konvensional untuk bepergian. Dapat dilihat pula pada tabel yang menunjukkan angka penggunaan transportasi *online* meningkat pada bulan Maret - Mei, sedangkan penggunaan transportasi konvensional mengalami penurunan pada bulan Februari dan April. Hal tersebut membuktikan bahwa tingkat permintaan jasa transportasi *online* bagi mahasiswa Universitas Hasanuddin lebih banyak dibandingkan permintaan transportasi umum lainnya atau transportasi konvensional.

Dalam ilmu ekonomi, perilaku konsumen memiliki pengaruh yang kuat terhadap gaya permintaan terhadap suatu barang atau jasa ditentukan oleh

sejumlah faktor, termasuk biaya dan layanan yang ditawarkan, pendapatan, selera dan preferensi, biaya alternatif dari barang atau jasa tersebut, dan tingkat manfaat dari barang atau jasa tersebut (Varian, 1992: 6).

Permintaan dan penawaran layanan transportasi tidak jauh beda pada asumsi pasar komoditas dan jasa lainnya. Gagasan bahwa sumber daya yang tersedia terbatas, namun permintaan tidak terbatas, menjadi dasar pengambilan keputusan permintaan dan penawaran. Konsumen bersedia membayar untuk barang dan jasa yang mereka konsumsi di sisi permintaan, dan sisi penawaran terkait dengan biaya produksi, khususnya bagaimana biaya faktor produksi dan harga output terkait. Di mana berpengaruh terhadap barang atau jasa yang ditawarkan (Saudi, 2012).

Fungsi permintaan konsumen atas suatu barang pada umumnya bergantung pada harga seluruh barang dan pendapatan. Secara umum, ketika pendapatan meningkat, permintaan terhadap suatu barang dapat mengalami peningkatan yang lebih cepat atau lebih lambat dibandingkan peningkatan pendapatan. Rendah atau tidaknya suatu harga suatu barang tergantung pada tingkat pendapatan yang dimiliki seseorang (Varian, 2014).

Adapun variabel yang berpengaruh terhadap permintaan jasa transportasi *online*, yaitu uang saku, tarif jasa transportasi *online*, dan tarif jasa transportasi lainnya serta terdapat variabel dummy yang berperan sebagai pendukung, yaitu jenis kelamin. Semakin tinggi uang saku yang didapatkan oleh individu, maka kemungkinan meningkatnya permintaan juga cenderung naik. Sebaliknya, Semakin rendah uang saku yang didapat individu, maka kemungkinan terjadi penurunan permintaan. Adapun Harga dapat didefinisikan secara sederhana sebagai jumlah uang (diukur dalam unit moneter) atau faktor non-moneter lainnya

seperti utilitas atau penggunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan layanan dalam konteks pemasaran. Menurut teori ekonomi, penjual akan meningkatkan jumlah barang atau jasa yang mereka tawarkan ketika biaya alternatif meningkat. Karena harganya lebih murah, Vendor mengantisipasi bahwa pembeli akan berpindah dari barang pengganti ke barang lain yang ditawarkan. Jenis kelamin adalah variabel dummy dalam penelitian ini ini yang akan menentukan apakah perempuan atau laki-laki yang memperkuat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Terdapat perbedaan dalam kecenderungan antara laki-laki dan perempuan dalam menggunakan layanan transportasi *online* dalam beberapa aspek, yaitu pendapatan, jasa transportasi lainnya, dan tarif atau harga.

Berdasarkan uraian yang dikemukakan di atas, maka penulis tertarik untuk melaksanakan penelitian lebih lanjut dengan judul “**Analisis Determinan Permintaan jasa Transportasi *Online* Bagi Mahasiswa Universitas Hasanuddin**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang di atas maka adapun masalah pokok diantaranya:

1. Apakah uang saku berpengaruh terhadap permintaan jasa transportasi *online* bagi mahasiswa Universitas Hasanuddin ?
2. Apakah tarif jasa transportasi *online* berpengaruh terhadap permintaan jasa transportasi *online* bagi mahasiswa Universitas Hasanuddin?
3. Apakah tarif jasa transportasi lainnya berpengaruh terhadap permintaan jasa transportasi *online* bagi Mahasiswa Universitas Hasanuddin?
4. Apakah jenis kelamin memoderasi pengaruh uang saku terhadap

permintaan jasa transportasi *online* bagi mahasiswa Universitas Hasanuddin?

5. Apakah jenis kelamin memoderasi pengaruh tarif jasa transportasi *online* terhadap permintaan jasa transportasi *online* bagi mahasiswa Universitas Hasanuddin?
6. Apakah jenis kelamin memoderasi pengaruh tarif jasa transportasi lainnya terhadap permintaan jasa transportasi *online* bagi Mahasiswa Universitas Hasanuddin?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari adanya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh uang saku terhadap permintaan jasa transportasi *online* bagi mahasiswa Universitas Hasanuddin.
2. Untuk mengetahui pengaruh tarif jasa transportasi *online* terhadap permintaan jasa transportasi *online* bagi mahasiswa Universitas Hasanuddin.
3. Untuk mengetahui pengaruh tarif jasa transportasi lainnya terhadap permintaan jasa transportasi *online* bagi Mahasiswa Universitas Hasanuddin.
4. Untuk mengetahui jenis kelamin mampu memoderasi pengaruh uang saku terhadap permintaan jasa transportasi *online* bagi mahasiswa Universitas Hasanuddin.
5. Untuk mengetahui jenis kelamin mampu memoderasi pengaruh tarif jasa transportasi *online* terhadap permintaan jasa transportasi *online* bagi mahasiswa Universitas Hasanuddin.
6. Untuk mengetahui jenis kelamin mampu memoderasi pengaruh tarif jasa transportasi lainnya terhadap permintaan jasa transportasi *online* bagi

mahasiswa Universitas Hasanuddin.

1.4 Manfaat Penelitian

Penulis mengharapkan agar hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi:

1. Bagi pemerintah atau pihak-pihak terkait, penelitian ini dapat dijadikan sebagai masukan yang dapat dipertimbangkan dalam proses pengambilan keputusan dan perencanaan penyediaan layanan transportasi yang sesuai untuk kebutuhan masyarakat.
2. Bagi akademisi, penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi dan pembandingan dengan memasukkan faktor-faktor lain atau variabel-variabel lain yang juga turut memengaruhi permintaan, sebagai bagian dari penelitian atau analisis.
3. Bagi penulis, penelitian ini dijadikan untuk lulus dari Universitas Hasanuddin dengan gelar sarjana.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teoritis

2.1.1 Teori Permintaan

Dalam ilmu ekonomi, konsep permintaan (*demand*) memiliki makna khusus yang selalu merujuk pada keterkaitan antara jumlah barang yang ingin dibeli dengan harga barang tersebut. Gilarso (2001) mendefinisikan permintaan sebagai jumlah komoditas yang dapat dan akan dibeli pada berbagai tingkat harga dalam jangka waktu tertentu, dengan asumsi bahwa semua parameter lainnya tetap konstan (*Ceteris Paribus*).

Hukum permintaan pada hakikatnya merupakan teori yang menyatakan bahwa semakin banyak permintaan untuk suatu barang atau jasa, semakin murah harganya. Di sisi lain, semakin sedikit permintaan untuk suatu barang atau jasa, semakin mahal harganya. Meskipun jumlah permintaan untuk suatu barang atau jasa sebenarnya dipengaruhi oleh berbagai faktor lain, hukum permintaan memperhitungkan sifat hubungan antara harga barang atau jasa dan jumlah yang diminta, yaitu sebagai berikut 1) harga barang itu sendiri, apabila harga suatu barang atau jasa semakin rendah, maka jumlah permintaan terhadap barang tersebut akan bertambah. Sebaliknya, jika harga suatu barang semakin tinggi, maka jumlah permintaan terhadap barang tersebut akan berkurang, 2) harga barang lain, untuk hal ini dibedakan menjadi tiga kategori, yaitu a) barang-barang yang dapat menggantikan fungsi komoditas lain disebut barang substitusi. Permintaan untuk barang yang dapat digantikan dapat dipengaruhi oleh

harganya; jika barang pengganti lebih murah, maka akan ada lebih sedikit permintaan untuk barang yang dapat digantikan, b) komoditas yang bekerja paling baik jika digabungkan dengan barang lain dikenal sebagai barang komplementer. Permintaan barang komplementer selalu berfluktuasi seiring dengan perubahan permintaan barang lainnya, c) dalam kasus komoditas netral, pergeseran permintaan untuk komoditas yang satu tidak akan berdampak pada permintaan untuk komoditas yang lain jika kedua barang tersebut tidak terkait erat. 3) Permintaan akan suatu produk meningkat secara proporsional dengan pendapatan konsumen. Di sisi lain, permintaan untuk suatu produk menurun seiring dengan meningkatnya pendapatan, 4) rasa keinginan orang untuk membeli berbagai jenis barang atau jasa secara signifikan dipengaruhi oleh perubahan selera atau rasa, 5) perubahan populasi mungkin tidak selalu berarti peningkatan permintaan namun, ketika lebih banyak orang dipekerjakan, daya beli mereka meningkat dan lebih banyak orang mendapatkan penghasilan, yang pada gilirannya meningkatkan permintaan, 6) prediksi tentang masa depan, pelanggan akan mempertimbangkan untuk membeli suatu barang pada masa kini jika diperkirakan harganya akan naik di masa depan.

Permintaan konsumen dipengaruhi oleh sejumlah variabel, yang jika digabungkan akan menentukan kisaran dan volume barang dan jasa yang dibutuhkan setiap individu. Danniell (2004) menyebutkan beberapa variabel yang dapat mempengaruhi permintaan, termasuk harga barang dan jasa, harga barang alternatif atau barang komplementer, preferensi konsumen atau pola pembelian, ukuran populasi, dan tingkat kekayaan (Karina et al, 2020).

Kurva permintaan menurut Sukirno (2005) adalah "kurva yang menggambarkan sifat hubungan antara harga suatu barang dan jumlah barang tersebut yang diminta oleh para pembeli." Karena fluktuasi harga hanya

berdampak pada jumlah komoditas yang diminta, maka pergerakan harga selalu mencerminkan kurva permintaan. Namun, kurva permintaan akan bergerak, yang dikenal sebagai perubahan permintaan, jika Faktor-faktor permintaan yang tidak terkait dengan perubahan harga termasuk pendapatan per kapita, harga komoditas, dan preferensi konsumen.

2.1.2 Transportasi

Morlok (1988) mendefinisikan transportasi sebagai tindakan memindahkan atau membawa sesuatu dari satu lokasi ke lokasi lain. Memindahkan orang dan produk dari satu lokasi asal ke lokasi lain dengan alasan tertentu dengan menggunakan peralatan tertentu secara umum disebut sebagai transportasi. Prasarana dan sarana transportasi merupakan komponen penting yang dibutuhkan untuk menjalankan berbagai operasi yang berhubungan dengan transportasi.

Infrastruktur adalah komponen yang berbentuk bangunan fisik permanen yang berfungsi sebagai sarana untuk memulai dan mengakhiri pergerakan perpindahan. Berdasarkan manfaatnya, infrastruktur transportasi dibagi menjadi dua kategori, yaitu jalan dan terminal. Jalan berfungsi sebagai rute perjalanan dan terminal berfungsi sebagai tempat memulai atau mengakhiri perjalanan (Miro, 2012).

Salah satu aspek dari transportasi adalah sarana, atau moda, yang merupakan alat yang dapat digerakkan oleh sistem alam tertentu atau oleh teknologi yang diciptakan oleh manusia, seperti mesin. Kendaraan yang berfungsi sebagai alat atau perlengkapan untuk memindahkan orang atau barang dari tempat asal ke tempat tujuan merupakan sarana dalam kegiatan transportasi.

Ada tiga faktor penting dalam konteks ini, yaitu keberadaan barang yang diangkut, ketersediaan mobil sebagai moda transportasi, dan keberadaan jalur atau jalan yang dapat dilintasi. Proses pemindahan memerlukan perpindahan dari titik awal, di mana aktivitas transportasi dimulai, ke titik tujuan, di mana aktivitas tersebut berakhir. Akibatnya, Salah satu industri yang dapat mendukung pertumbuhan ekonomi dengan menstimulasi aktivitas ekonomi dan menawarkan jasa adalah transportasi (sektor jasa) (Fajariah, 2017).

Menurut Tamin (1997), infrastruktur transportasi memiliki dua fungsi utama, yaitu mengarahkan pembangunan kota dan memfasilitasi arus orang dan barang yang dihasilkan dari aktivitas perkotaan. Dengan mempertimbangkan kedua fungsi tersebut, perencanaan pembangunan daerah sering menggunakan peran pertama untuk merencanakan pertumbuhan sesuai dengan rencana. Sebagai contoh, pembangunan sebuah wilayah baru tidak dapat diterima tanpa adanya infrastruktur transportasi yang memadai. Oleh karena itu, prasarana transportasi menjadi penting untuk memastikan aksesibilitas ke wilayah tersebut yang pada gilirannya akan meningkatkan minat masyarakat untuk terlibat dalam kegiatan ekonomi di wilayah tersebut. Pergerakan orang dan komoditas didukung oleh kedua sisi infrastruktur transportasi, seperti yang telah disebutkan di atas. Transportasi dan kegiatan ekonomi saling terkait dan berdampak satu sama lain.

Ekonomi transportasi menurut Lyod (2002), adalah sub-bidang ekonomi yang mengkaji kegiatan yang berhubungan dengan transportasi untuk memenuhi kebutuhan produksi, distribusi, dan konsumsi masyarakat. Oleh karena itu, pemerintah harus memberikan prioritas yang tinggi terhadap pentingnya transportasi bagi perekonomian. Ekonomi transportasi adalah studi dan penerapan konsep-konsep ekonomi teknik pada penggunaan atau operasi

transportasi, optimasi lalu lintas, dan investasi infrastruktur transportasi. Berbagai faktor biaya dan keuntungan, seperti biaya investasi, pemeliharaan, dan operasi; nilai waktu; biaya operasional kendaraan; dan pertimbangan ekonomi lainnya diidentifikasi dan dikuantifikasi.

Terdapat korelasi yang kuat antara transportasi dan aktivitas sosial ekonomi masyarakat. Hal ini dikarenakan aktivitas kehidupan sosial ekonomi manusia, seperti pergeseran pola transportasi yang telah terjadi dalam kehidupan sosial ekonomi saat ini masyarakat mulai menggunakan transportasi *online* sebagai pengganti transportasi konvensional menciptakan kebutuhan akan perjalanan manusia dan barang. Ketika masyarakat bertransisi dari masyarakat tradisional ke masyarakat modern, jenis transformasi sosial ini mendorong kemajuan (Salim, 2002).

2.1.3 Transportasi *Online*

Metode *online* untuk memindahkan orang dan barang disebut transportasi *online*. moda transportasi yang menggunakan mobil pribadi yang terhubung ke aplikasi. Pemesanan menjadi lebih mudah dengan adanya program yang dapat diunduh dan bertindak sebagai penghubung antara pengguna dan pengemudi. Salah satu aspek dari kemajuan teknologi adalah transportasi *online*. Tujuan dari penciptaan teknologi adalah untuk membuat berbagai tugas manusia sehari-hari menjadi lebih mudah.

Anwar (2017) mengungkapkan bahwa Transportasi daring adalah komponen dari teknologi yang terus berkembang. Tujuan penciptaan teknologi adalah untuk mempermudah berbagai tugas manusia sehari-hari. Banyak orang lebih memilih transportasi *online* daripada pilihan lain karena banyak manfaatnya,

yang meliputi: pekerjaan baru/sambilan, promosi, keamanan, transparansi, ketergantungan, dan pragmatisme.

Penumpang sekarang dapat melakukan perjalanan secara *online* daripada menghampiri pangkalan ojek atau menunggu taksi di pinggir jalan. Selain itu, karena tarif ditetapkan berdasarkan jarak yang ditempuh, penumpang tidak perlu ikut serta dalam proses tawar-menawar. Karena tarif sudah ditentukan berdasarkan jarak tempuh di awal perjalanan, pengguna tidak perlu khawatir akan adanya kenaikan tarif seperti yang terjadi saat menggunakan transportasi argo ketika terjebak macet. Para pelaku bisnis di industri transportasi internet mengambil keuntungan dari pergeseran gaya hidup ini (Hangganararas, 2017).

2.1.4 Permintaan Jasa Transportasi *Online*

Permintaan merujuk pada jumlah jumlah lengkap dari layanan transportasi tertentu atau layanan yang pelanggan mampu dan siap untuk membeli di pasar tertentu, dengan harga tertentu, dan dalam keadaan tertentu. Sebagai hasilnya, permintaan untuk layanan transportasi termasuk dalam kategori permintaan turunan (*derived demand*) yang muncul sebagai hasil dari permintaan terhadap komoditas atau jasa lainnya. Transportasi, baik untuk manusia maupun barang, umumnya bukan tujuan akhir dalam suatu transaksi, sehingga permintaan Kita dapat dianggap bahwa permintaan akan layanan transportasi berasal dari permintaan akan barang atau jasa lainnya. Kebutuhan akan layanan transportasi tertutupi oleh kepentingan-kepentingan lain (Modompit et al, 2020).

Permintaan untuk melakukan perjalanan sangat erat kaitannya dengan aktivitas sosial yang terjadi. Pada intinya, kebutuhan akan transportasi oleh pengguna sistem, baik untuk pengangkutan orang maupun barang, tercermin dalam permintaan akan jasa transportasi. Oleh karena itu, evaluasi model

perencanaan dan fasilitas transportasi harus memperhitungkan permintaan jasa transportasi. Volume permintaan perjalanan meningkat seiring dengan bertambahnya kegiatan dan semakin pentingnya kegiatan tersebut (Rendy et al, 2018).

Menurut Azis (2014), secara umum faktor-faktor berikut ini berkontribusi terhadap permintaan transportasi, diantaranya 1) keharusan bagi seseorang untuk pindah untuk melakukan suatu kegiatan, 2) Kebutuhan akan produk tertentu untuk diangkut dan dikirim ke suatu tujuan. Dalam hal transportasi penumpang, perjalanan yang dilakukan untuk memenuhi tujuan tertentu seperti bepergian ke tempat kerja atau berbelanja mencerminkan sifat turunan dari permintaan. Jenis kegiatan yang dapat dilakukan, sejauh mana tujuan perjalanan tercapai, dan biaya perjalanan ke sana adalah elemen-elemen yang menentukan seberapa sering suatu destinasi dikunjungi. Dengan kata lain, perjalanan adalah hasil dari aktivitas masyarakat. Tingkat perjalanan meningkat seiring dengan jumlah aktivitas yang semakin signifikan.

Secara umum, dapat dikatakan bahwa harga jasa transportasi, harga jasa transportasi yang bersaing, serta tingkat pendapatan dan faktor lainnya, mempengaruhi permintaan jasa transportasi (Fajariah, 2017). Ada dua kelompok yang membentuk karakteristik permintaan transportasi, yakni 1) kelompok ini terdiri dari individu yang memiliki pilihan untuk memenuhi kebutuhan mobilitas mereka. Orang-orang dalam kelompok ini diperbolehkan untuk mengendarai kendaraan pribadi (karena pertimbangan moneter, hukum, dan praktis), 2) kelompok yang tidak menggunakan mobil pribadi dikenal sebagai kelompok tawanan dan bergantung (*captive*) pada transportasi umum untuk memenuhi kebutuhan mobilitasnya.

Aktivitas manusia menciptakan kebutuhan akan transportasi ketika komoditas atau individu dengan kualitas tertentu perlu dipindahkan. Kualitas-kualitas ini bersifat konstan dan terwujud secara konstan. Ketika orang memulai aktivitas mereka di pagi hari dan berlibur dari pekerjaan di sore hari, kualitas-kualitas ini berada pada titik tertinggi.

2.1.4.1 Elastisitas Permintaan Jasa Transportasi

Penting untuk memahami seberapa sensitif permintaan terhadap perubahan atau fluktuasi harga dalam konteks penelitian ekonomi, baik secara teori maupun praktik sehari-hari. Oleh karena itu, diperlukan teknik pengukuran kuantitatif yang dikenal sebagai elastisitas permintaan yang dapat menunjukkan sejauh mana perubahan harga memengaruhi perubahan permintaan. Secara umum, Permintaan akan suatu barang berfluktuasi seiring dengan harganya. Kemampuan modifikasi harga untuk beradaptasi dengan perubahan permintaan disebut sebagai elastisitas.

Keberadaan penyedia layanan transportasi yang bersaing memiliki dampak yang signifikan terhadap elastisitas atau inelastisitas permintaan transportasi. Hal ini masuk akal untuk mengasumsikan bahwa elastisitas permintaan akan lebih rendah jika hanya ada satu perusahaan transportasi untuk memenuhi kebutuhan pelanggan jasa transportasi regional (Modompit et al, 2020). Terdapat tiga jenis elastisitas yang berbeda, yaitu 1) elastisitas kesatuan adalah jenis elastisitas yang terjadi ketika penurunan tarif transportasi dengan persentase tertentu menyebabkan penurunan permintaan jasa transportasi dengan jumlah yang sama, sehingga penjualan tetap konstan, 2) permintaan inelastis adalah jenis elastisitas yang terjadi ketika penurunan tarif angkutan menghasilkan peningkatan persentase yang lebih rendah dalam permintaan jasa transportasi. Dalam keadaan

ini, hasil penjual turun, 3) permintaan elastis, yaitu ketika terjadi peningkatan permintaan yang lebih besar dari yang diperkirakan dalam permintaan jasa transportasi sebagai akibat dari persentase penurunan tarif angkutan, yang meningkatkan penjualan.

2.1.5 Uang Saku

Uang saku merupakan bentuk pengembangan tanggung jawab, sehingga perlu disertai dengan penanaman nilai pada anak sehingga uang yang diberikan orang tua dengan perencanaan uang tersebut digunakan untuk makan dan keperluan lain-lain. Pemberian uang saku kepada anak akan memberikan pengalaman realistis dan secara langsung kepada anak dalam mengelola keuangannya (Entika, 2015).

Secara ekonomi, uang saku dapat dianggap sebagai bagian dari transfer pendapatan keluarga kepada anak. Pengelolaan uang saku yang efektif dapat memberikan dampak positif terhadap pemahaman anak-anak tentang keuangan dan pengelolaan uang, serta mempersiapkan mereka untuk menjadi individu yang mandiri dan bertanggung jawab secara finansial (Dunn et al, 2011).

Besaran uang saku yang diterima individu umumnya bervariasi tergantung pada beberapa faktor, yaitu 1) semakin tua usia individu, umumnya semakin besar uang saku yang diterimanya, 2) individu dengan tingkat pendidikan yang lebih tinggi, seperti mahasiswa, umumnya menerima uang saku yang lebih besar dibandingkan dengan individu dengan tingkat pendidikan yang lebih rendah, 3) individu yang berasal dari keluarga dengan status ekonomi yang lebih baik, umumnya menerima uang saku yang lebih besar, 4) individu yang tinggal di kota besar, umumnya menerima uang saku yang lebih besar dibandingkan dengan individu yang tinggal di daerah pedesaan.

2.1.6 Teori Jumlah Tarif atau Harga

Armstrong dan Kotler (2009) mendefinisikan tarif sebagai harga yang dibayarkan pelanggan untuk produk dan layanan atau manfaat dari memiliki atau menggunakan produk dan layanan ini sebagai imbalan atas nilainya. Dengan kata lain, tarif adalah biaya yang dapat berbentuk jumlah moneter atau fitur tambahan (non-moneter), utilitas khusus atau persyaratan penggunaan untuk mengakses layanan. Istilah "utilitas" menggambarkan karakteristik atau elemen yang memiliki kapasitas untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan tertentu.

Penerapan Harga pokok, yang pada dasarnya ditentukan oleh berapa biaya untuk membeli atau membuat barang tersebut, merupakan asal mula harga jual. Perusahaan menetapkan harga berdasarkan berbagai faktor, tetapi akan lebih baik jika harga juga mempertimbangkan nilai, keuntungan, dan inisiatif pemasaran. Selain itu, penetapan harga sangat penting untuk dipertimbangkan karena hal ini menunjukkan berapa banyak uang (ditambah barang, jika memungkinkan) yang diperlukan untuk membeli berbagai barang dan jasa (Farisi et al, 2020).

Joerson (2003) menyatakan bahwa terdapat Hubungan antara jumlah yang diminta dan harga adalah terbalik (negatif). Hal ini berdampak pada peningkatan permintaan ketika harga naik dan penurunan ketika harga turun.

Kotler (2011) menegaskan bahwa harga sebuah produk adalah jumlah uang yang dibebankan untuk produk tersebut. Harga, dalam arti yang lebih luas, mengacu pada manfaat lengkap yang diberikan konsumen sebagai imbalan atas penggunaan atau kepemilikan suatu barang atau jasa. Seperti yang dinyatakan oleh Farida (2016), harga suatu produk merupakan salah satu komponen

terpenting. Bagi konsumen, terutama bagi mereka yang berada di kelas menengah ke bawah, penetapan harga bisa menjadi faktor penentu utama dalam keputusan pembelian dan dalam konteks pemasaran, strategi penetapan harga memiliki peran signifikan dalam daya saing di pasar (Farisi et al, 2020).

Harga didefinisikan oleh Swastha (2005) sebagai jumlah keseluruhan barang dan jasa (termasuk beberapa produk yang dibutuhkan) yang dapat dibeli dalam berbagai kombinasi. Kotler (2012) menyoroti bahwa sebenarnya ada empat indikator harga, yaitu 1) harga yang terjangkau, 2) kesesuaian antara kualitas dan harga produk, 3) harga yang terjangkau, 4) manfaat dan kesesuaian harga.

2.1.7 Jenis Kelamin

Dalam konteks ekonomi, jenis kelamin merujuk pada perbedaan dalam karakteristik ekonomi antara perempuan dan laki-laki. Gender memiliki dampak signifikan dalam berbagai aspek ekonomi salah satunya adalah pendapatan. Di beberapa perusahaan swasta terdapat ketimpangan pendapatan yang di mana Ketika melakukan pekerjaan yang sama, pria dibayar lebih tinggi daripada wanita.

Dalam hal permintaan, jenis kelamin tidak menjadi faktor langsung dalam penentuan permintaan suatu barang atau jasa. Namun, jenis kelamin dapat mempengaruhi Keputusan yang diambil untuk mengonsumsi dipengaruhi oleh faktor masyarakat dan konsumen. Dalam hal ini perilaku laki-laki cenderung lebih *impulsive* dalam pembelian suatu barang atau jasa, sementara perempuan mungkin lebih cenderung melakukan riset dan membandingkan sebelum membeli.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Charness & Gneezy (2012) menunjukkan bahwa perempuan umumnya lebih risk-averse dan lebih memperhatikan faktor keamanan dalam pengambilan keputusan konsumsi. Selain itu, hasil penelitian yang dilakukan oleh Dittmar et al. (2014) menunjukkan bahwa

perempuan cenderung lebih sering terlibat dalam aktivitas belanja, lebih memperhatikan detail produk dan harga dibandingkan laki-laki. Hal ini dapat dijelaskan oleh adanya kecenderungan perempuan untuk lebih memperhatikan penampilan dan citra diri.

2.2 Hubungan Teoritis Antar Variabel

2.2.1 Hubungan Antara Uang Saku dan Permintaan Jasa Transportasi

Online Dalam era digital ini, jasa transportasi *online* telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan masyarakat. Kemudahan dan kepraktisan yang ditawarkan oleh layanan ini mendorong peningkatan permintaan, tak terkecuali bagi kalangan mahasiswa. Salah satu faktor yang diduga memengaruhi permintaan jasa transportasi *online* adalah besaran uang saku yang diterima mahasiswa.

Uang saku merupakan sejumlah uang yang diberikan secara rutin oleh orang tua atau pihak lain kepada individu untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Besaran uang saku yang diterima mahasiswa dapat bervariasi tergantung pada faktor yang mendasarinya. Sedangkan permintaan jasa transportasi *online* adalah jumlah layanan transportasi *online* yang dipesan oleh konsumen dalam periode tertentu (Sari et al, 2021).

Secara teoritis bahwa individu akan memilih untuk mengkonsumsi barang dan jasa yang memberikan manfaat terbesar dengan biaya terendah. Semakin besar uang saku yang diterima mahasiswa, semakin besar pula kemampuan mereka untuk membeli barang dan jasa. Selain itu, jasa transportasi *online* dapat menjadi alternatif bagi transportasi konvensional lainnya, seperti angkot atau bus. Semakin mudah dan murah akses terhadap jasa transportasi *online*, semakin

besar kemungkinan mahasiswa untuk menggunakannya sebagai pengganti transportasi lainnya atau konvensional.

2.2.2 Hubungan Antara Tarif Jasa Transportasi *Online* dan Permintaan Jasa Transportasi *Online*

Jasa transportasi *online* telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan masyarakat modern. Kemudahan akses dan kepraktisan yang ditawarkan mendorong lonjakan permintaan, terutama di kalangan masyarakat urban. Salah satu faktor penting yang memengaruhi permintaan jasa ini adalah tarif yang diberlakukan. Tarif jasa transportasi *online* umumnya ditentukan berdasarkan faktor, seperti jarak tempuh, durasi perjalanan, dan jenis layanan yang dipilih. Penetapan tarif ini dilakukan oleh perusahaan penyedia jasa dengan mempertimbangkan berbagai aspek, seperti biaya operasional, kondisi pasar, dan daya beli konsumen.

Permintaan jasa transportasi *online* didefinisikan sebagai jumlah layanan yang dipesan oleh konsumen dalam periode tertentu. Permintaan ini dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk tarif layanan, kualitas layanan, kemudahan akses, dan alternatif transportasi lain yang tersedia.

Secara teoritis, terdapat hubungan invers antara tarif jasa transportasi *online* dan permintaan. Artinya, semakin tinggi tarif yang ditetapkan, semakin rendah permintaannya. Hal ini sesuai dengan hukum permintaan, yang menyatakan bahwa semakin tinggi harga suatu barang atau jasa, semakin rendah jumlah barang atau jasa yang diminta. Elastisitas permintaan juga menunjukkan seberapa sensitif konsumen terhadap perubahan harga. Jika permintaan jasa transportasi *online* bersifat elastis, maka perubahan tarif yang kecil akan menghasilkan perubahan permintaan yang besar (Anggraini et al, 2018).

2.2.3 Hubungan Antara Tarif Jasa Transportasi Lainnya dan Permintaan Jasa Transportasi *Online*

Permintaan konsumen dipengaruhi oleh harga produk; semakin mahal harga suatu produk, semakin sedikit orang yang akan membelinya. Di sisi lain, orang menginginkan tambahan jika harga suatu barang turun. Hal ini konsisten dengan pernyataan hukum permintaan bahwa, *ceteris paribus* (hal-hal lain dianggap sama), lebih sedikit barang yang akan dicari. Volume produk yang diminta akan meningkat ketika harga komoditas menurun (Modompit et al, 2020).

Biaya pengganti atau barang dan jasa terkait merupakan salah satu faktor yang memengaruhi permintaan, menurut Lipsey (1992). Individu cenderung beralih ke barang dan jasa pengganti jika harganya lebih terjangkau. Sebaliknya, orang lebih cenderung untuk tetap menggunakan barang dan jasa asli jika harga barang dan jasa pengganti naik. Permintaan untuk berbagai bentuk transportasi berkorelasi positif dengan biaya atau tarif angkutan umum lainnya, menurut penelitian Karissa (2011).

Kurva permintaan dicirikan sebagai ilustrasi hubungan antara biaya barang tertentu dan harga barang tersebut dan kuantitas yang diinginkan konsumen. Ketika harga per unit barang berfluktuasi, kurva permintaan mencerminkan seberapa banyak konsumen bersedia membelanjakan uangnya (Pindyck, 2009).

Perubahan pada Kurva permintaan terjadi ketika ada perubahan dalam faktor-faktor tertentu. Jika harga berubah, efeknya hanya akan terasa pada kuantitas barang yang diinginkan dan kurva permintaan akan bervariasi. Namun, kurva permintaan akan bervariasi jika terjadi perubahan faktor permintaan selain harga, seperti pendapatan, harga komoditas pesaing, atau preferensi.

Harga dapat dibagi menjadi dua kategori berdasarkan interaksinya dengan produk lain, yaitu harga produk komplementer dan produk alternatif. Peran komoditas lain dapat digantikan oleh barang substitusi (Sugiarto, 2002). Salah satu variabel yang dapat berdampak pada tingkat permintaan terhadap suatu jasa atau barang adalah biaya alternatif.

2.2.4 Hubungan Antara Uang Saku dan Permintaan Jasa Transportasi *Online* yang Dimoderasi oleh Jenis Kelamin

Jenis kelamin, seperti yang didefinisikan oleh Robb dan Sharpe (2009), adalah gagasan yang menggambarkan perbedaan perilaku antara pria dan wanita. Jenis kelamin dapat menjadi faktor yang memengaruhi permintaan jasa transportasi *online* melalui pengaruh uang saku terhadap permintaan. Pengaruh uang saku terhadap permintaan jasa transportasi *online* dapat berbeda antara laki-laki dan perempuan.

Laki-laki dan perempuan umumnya memiliki kebutuhan dan aktivitas yang berbeda. Laki-laki yang bekerja atau menjalankan bisnis mungkin lebih membutuhkan jasa transportasi *online* untuk menunjang aktivitas mereka. Perempuan mungkin lebih sering menggunakan jasa ini untuk keperluan pribadi atau berbelanja, yang tidak selalu membutuhkan frekuensi penggunaan yang tinggi.

Dalam hal lain, perempuan mungkin lebih cenderung menggunakan jasa transportasi *online* ketika memiliki uang saku yang cukup, terutama karena pertimbangan keamanan dan kenyamanan. Sementara itu, laki-laki mungkin lebih mempertimbangkan faktor biaya dan efisiensi. Pemahaman yang lebih mendalam mengenai moderasi ini dapat membantu dalam perancangan kebijakan dan strategi pemasaran yang lebih efektif (Sari et al, 2021).

2.2.5 Hubungan Antara Tarif Jasa Transportasi *Online* dan Permintaan Jasa Transportasi *Online* yang Dimoderasi oleh Jenis Kelamin

Tarif jasa transportasi *online* umumnya ditentukan berdasarkan beberapa faktor, seperti jarak tempuh, durasi perjalanan, dan jenis layanan yang dipilih. Penetapan tarif ini dilakukan oleh perusahaan penyedia jasa dengan mempertimbangkan berbagai aspek, seperti biaya operasional, kondisi pasar, kualitas layanan, kemudahan akses, dan alternatif transportasi lain yang tersedia.

Jenis kelamin dapat menjadi faktor yang memengaruhi permintaan jasa transportasi *online*. Penelitian oleh Rosenbloom (2006) dan Taylor et al. (2009) menunjukkan bahwa terdapat perbedaan pola penggunaan jasa transportasi *online* antara laki-laki dan perempuan. Laki-laki umumnya lebih sering menggunakan jasa ini untuk keperluan bekerja atau bisnis, sedangkan perempuan lebih sering menggunakannya untuk keperluan pribadi atau berbelanja. Selain itu, akses dan kemampuan finansial laki-laki dan perempuan terhadap teknologi dan jasa transportasi *online* dapat berbeda. Laki-laki mungkin memiliki akses yang lebih mudah dan kemampuan finansial yang lebih kuat untuk menggunakan jasa ini dibandingkan perempuan. Perempuan mungkin lebih sensitif terhadap perubahan tarif karena keterbatasan kemampuan finansial mereka. Permintaan jasa transportasi lainnya, seperti angkutan umum, ojek konvensional, taksi konvensional, atau kendaraan pribadi adalah faktor penting dalam ekonomi transportasi.

2.2.6 Hubungan Antara Tarif Jasa Transportasi Lainnya dan Permintaan Jasa Transportasi *Online* yang Dimoderasi oleh Jenis Kelamin

Salah satu faktor utama yang memengaruhi permintaan adalah biaya komoditas atau layanan. Joerson (2003) menyatakan bahwa terdapat hubungan

terbalik (negatif) antara harga dan kuantitas yang diinginkan. Hal ini akan berdampak bahwa, jika Permintaan akan menurun ketika harga naik, dan sebaliknya ketika harga turun. Sama halnya dalam permintaan transportasi *online*, jika tarif jasa transportasi lainnya tinggi, maka akan mendorong lebih banyak orang untuk mencari alternatif yang lebih ekonomis, seperti jasa transportasi *online*. Sebaliknya, jika tarif jasa transportasi lainnya lebih rendah, maka dapat mengurangi insentif untuk menggunakan jasa transportasi *online*.

Jika dilihat dari aspek jenis kelamin, pria dan wanita memiliki pilihan yang berbeda mengenai suatu harga, yang di mana wanita cenderung lebih sensitif terhadap harga daripada pria. Hal ini dikarenakan perempuan memiliki anggaran yang lebih terbatas daripada laki-laki, sehingga perempuan lebih cenderung memilih jasa transportasi yang lebih rendah tarifnya.

2.3 Penelitian Terdahulu

Penelitian oleh Susilo dan Axhausen (2014) yang berjudul „Mobility Routines, Perceptions and The Role of Social Events: A Study of University Students” menunjukkan bahwa jumlah uang saku yang diterima oleh mahasiswa berpengaruh signifikan terhadap frekuensi penggunaan transportasi *online*. Mereka yang menerima uang saku lebih tinggi cenderung lebih sering menggunakan transportasi *online* dibandingkan dengan mereka yang memiliki uang saku lebih sedikit.

Penelitian oleh Tsalisa, et al. (2022) yang berjudul „Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online Maxim di Kota Semarang” menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan, sedangkan harga atau tarif memiliki pengaruh yang lebih kecil terhadap kepuasan pelanggan.

Penelitian oleh Cramer dan Krueger (2016) yang berjudul „Disruptive Change in the Taxi Business: The Case of Uber“ menunjukkan bahwa pengguna beralih ke transportasi *online* ketika tarif taksi konvensional lebih tinggi, karena layanan *online* sering menawarkan harga yang lebih kompetitif dan kenyamanan yang lebih tinggi.

Penelitian oleh Rosenbloom (2006) yang berjudul „Understanding Women’s and Men’s Travel Patterns: The Research Challenge“ menunjukkan bahwa ada perbedaan signifikan dalam preferensi transportasi antara pria dan wanita. Wanita cenderung lebih memperhatikan faktor kenyamanan dan keamanan dalam memilih moda transportasi. Oleh karena itu, ketika tarif transportasi konvensional meningkat, wanita mungkin lebih cepat beralih ke layanan transportasi *online* yang menawarkan kenyamanan dan keamanan yang lebih baik, meskipun tarif yang sedikit lebih tinggi.

Penelitian oleh Nuraeni (2021) yang berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Menggunakan Jasa Transportasi Online Grab” menunjukkan bahwa kualitas layanan dan harga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan jasa transportasi online. Artinya, peningkatan kualitas layanan dan penetapan harga yang kompetitif dapat meningkatkan keputusan konsumen untuk menggunakan layanan tersebut. Namun, jenis kelamin tidak ditemukan sebagai faktor yang memoderasi hubungan antara kualitas layanan dan harga dengan keputusan konsumen secara signifikan.

2.4 Kerangka Konseptual

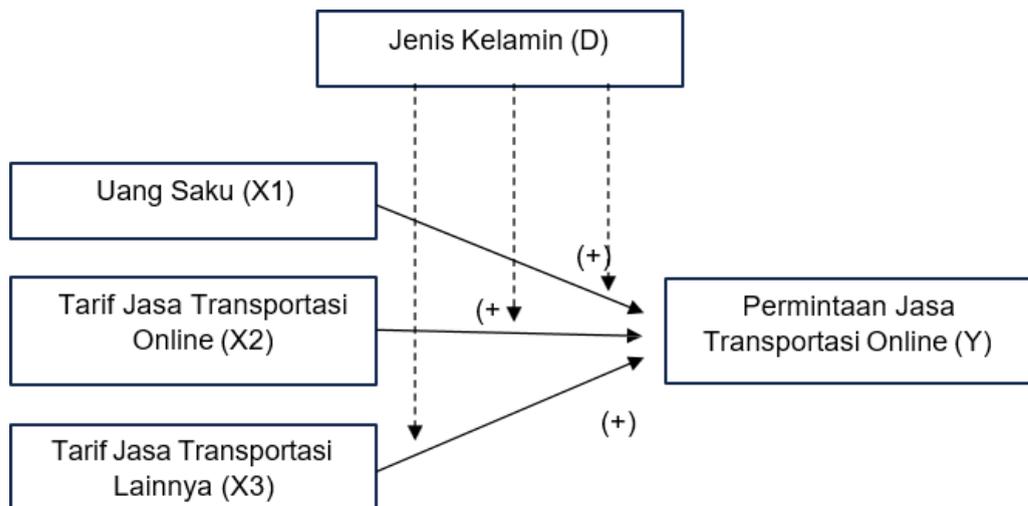
Ketika membuat alur penelitian untuk masalah yang akan dijelaskan, kerangka kerja konseptual berfungsi sebagai panduan. Kerangka kerja konseptual dapat ditunjukkan sebagai berikut untuk melihat dan memperjelas hubungan antar variabel yang dapat digambarkan sebagai berikut:

Variabel uang saku mengacu pada sejumlah uang yang diberikan secara rutin oleh orang tua atau pihak lain kepada individu untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Besaran uang saku yang diterima mahasiswa dapat bervariasi tergantung pada faktor yang mendasarinya.

Variabel tarif jasa transportasi *online* umumnya ditentukan berdasarkan beberapa faktor, seperti jarak tempuh, durasi perjalanan, dan jenis layanan yang dipilih. Penetapan tarif ini dilakukan oleh perusahaan penyedia jasa dengan mempertimbangkan berbagai aspek, seperti biaya operasional, kondisi pasar, kualitas layanan, kemudahan akses, dan alternatif transportasi lain yang tersedia.

Tarif jasa transportasi lainnya merujuk pada jumlah uang yang diperlukan atau diberikan kepada konsumen untuk memperoleh atau menggunakan suatu barang yang memberikan manfaat. Menurut Kotler (2007), harga adalah jumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau nilai total yang ditukar oleh konsumen untuk manfaat-manfaat yang diperoleh dari kepemilikan atau penggunaan barang atau jasa tersebut.

Jenis Kelamin adalah variabel dummy yang akan dilihat apakah mempunyai pengaruh dalam memoderasi antara pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.



Keterangan:

Pengaruh = _____

Moderasi =

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

2.5 Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut dengan menggunakan kerangka kerja penelitian yang telah disebutkan di atas sebagai berikut:

1. Diduga uang saku berpengaruh positif terhadap permintaan jasa transportasi *online* bagi mahasiswa Universitas Hasanuddin.
2. Diduga tarif jasa transportasi *online* berpengaruh positif terhadap permintaan jasa transportasi *online* bagi Mahasiswa Universitas Hasanuddin.
3. Diduga tarif jasa transportasi lainnya berpengaruh positif terhadap permintaan jasa transportasi *online* bagi Mahasiswa Universitas Hasanuddin.

4. Diduga jenis kelamin mampu memoderasi pengaruh uang saku terhadap permintaan jasa transportasi *online* bagi Mahasiswa Universitas Hasanuddin.
5. Diduga jenis kelamin mampu memoderasi pengaruh tarif jasa transportasi *online* terhadap permintaan jasa transportasi *online* bagi Mahasiswa Universitas Hasanuddin.
6. Diduga jenis kelamin mampu memoderasi pengaruh tarif jasa transportasi lainya terhadap permintaan jasa transportasi *online* bagi Mahasiswa Universitas Hasanuddin.