

SKRIPSI

**ANALISIS PERMINTAAN JASA GO-FOOD
DI KOTA MAKASSAR**

AYU WANDARI



**DEPARTEMEN ILMU EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2020**

SKRIPSI

ANALISIS PERMINTAAN JASA GO-FOOD DI KOTA MAKASSAR

Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi

Disusun dan diajukan oleh

**AYU WANDARI
A11114032**



Kepada

**DEPARTEMEN ILMU EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2020**

SKRIPSI

ANALISIS PERMINTAAN JASA GO-FOOD DI KOTA MAKASSAR

Disusun dan diajukan oleh

AYU WANDARI
A111 14 032

Telah dipertahankan dalam sidang ujian skripsi

Makassar, 27 Oktober 2020

Pembimbing I



Dr. Sabir, SE.,M.Si
NIP. 19740715 200212 1 003

Pembimbing II



Dr. Nur Dwiana Sari Saudi, SE.,M.Si
NIP. 19770119 200801 2 008

Ketua Departemen Ilmu Ekonomi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Hasanuddin




Dr. Sanusi Fattah, S.E., M.Si.
NIP. 19690413 199403 1 003

SKRIPSI

ANALISIS PERMINTAAN JASA GO-FOOD DI KOTA MAKASSAR

disusun dan diajukan oleh

AYU WANDARI
A111 14 032

telah dipertahankan dalam sidang ujian skripsi
pada tanggal **27 Oktober 2020** dan
dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

Menyetujui,
Panitia Penguji

No.	Nama Penguji	Jabatan	TandaTangan
1.	Dr. Sabir, SE., M.Si.	Ketua	1..... 
2.	Dr. Nur Dwiana Sari Saudi, SE.,M.Si	Sekretaris	2..... 
3.	Prof. Dr. Rahmatia, SE.,MA.	Anggota	3..... 
4.	Dr. Hamrullah, SE.,M.Si	Anggota	4..... 

Ketua Departemen Ilmu Ekonomi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Hasanuddin



Dr. Sanusi Fattah, S.E., M.Si.
NIP. 19690413 199403 1 003

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Ayu Wandari

NIM : A11114032

Jurusan/Program Studi : Ilmu Ekonomi /Strata Satu (S1)

Dengan ini menyatakan yang sebenar-benarnya bahwa skripsi yang berjudul

ANALISIS PERMINTAAN JASA GO-FOOD DI KOTA MAKASSAR

Adalah karya ilmiah saya sendiri dan sepanjang pengetahuan saya di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah di ajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali yang tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka

Apabila dikemudian hari ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut dan diproses sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku (Undang-Undang Nomor. 20 Tahun 2003, Pasal 5 Ayat 2 dan Pasal 70)

Makassar, 27 Oktober 2020

Yang membuat pernyataan



AYU WANDARI

PRAKATA

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur penulis panjatkan hanya untuk Allah SWT yang senantiasa memberikan limpahan rahmat dan hidayah-Nya, serta atas izin-Nya Pulalah peneliti mampu menyelesaikan pendidikan dan mendapat gelar sarjana. Shalawat dan salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah membawa umatnya dari alam kegelapan ke alam terang benderang dan senantiasa menjadi suri tauladan bagi ummatnya.

Segala usaha dan upaya telah penulis kerahkan untuk menyelesaikan skripsi sebagai syarat agar mendapat gelar sarjana. Skripsi ini tidak akan ada jika tidak ada bantuan dari segala pihak. Terima kasih sebesar besarnya untuk kedua orang tua penulis Utamanya Ayah dan Ibu karena telah memberikan limpahan kasih sayang yang tak terhingga, tak henti hentinya mendoakan, memberikan dukungan moril dan materil dengan penuh kesabaran dan kepercayaan. Penulis sadar, semua yang penulis lakukan tidak sebanding dengan apa yang mereka berikan, namun penulis akan selalu berusaha menjadi anak kebanggaan Ayah dan Ibu. Dalam kesempatan ini, penulis juga ingin menyampaikan rasa terima kasih tak terhingga atas seluruh bantuannya, yakni kepada:

1. Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis Unhas beserta jajarannya.
2. Bapak Dr. Sanusi Fattah, S.E., M.Si. selaku ketua departemen Ilmu Ekonomi & Bisnis Unhas beserta seluruh dosen. Terima kasih atas bantuan dan segala nasehat yang diberikan hingga penulis menyelesaikan studi.

3. Bapak Dr. Agussalim, SE., M.Si.. selaku penasehat akademik.
4. Bapak Dr. Sabir, SE., M.Si. selaku pembimbing I dan Ibu Dr. Nur Dwiana Sari Saudia, SE., M.Si selaku pembimbing II. Terima kasih telah meluangkan waktunya untuk bimbingan dan arahan dalam menyelesaikan skripsi penulis. Terima kasih atas nasehat yang diberikan kepada penulis selama proses penyusunan skripsi.
5. Prof. Dr. Rahmatia, SE., MA dan Dr. Hamrullah, SE., M.Si. selaku dosen penguji terima kasih atas waktu yang telah diluangkan serta kritik dan saran yang membangun dalam menyelesaikan skripsi.
5. Teman angkatanku “PRIMES 2014” terima kasih telah menjadi teman angkatan rasa saudara di kampus khususnya untuk KEMA 14. Terimakasih semoga selalu kompak.
6. Keluarga besar Himpunan Mahasiswa Jurusan Ilmu Ekonomi (HIMAJIE) untuk kakak-kakak dan adik-adik, terima kasih atas seluruh pelajaran dan pengalaman yang diberikan.
7. Teman-teman KKN Gel.99 Unhas Kelurahan Sepe'e Kecamatan Barru Kabupaten Barru. Terima kasih telah menjadikan kkn-ku sangat penuh dengan cerita dan drama semoga tetap kompak.
8. Keluarga ku tercinta terutama Nenek dan Kakekku yang sudah merawat ku dari kecil sampai sekarang saat ku jauh dari kedua orang tua.
9. Saudariku Dream Squad Girl, geng dengan berbagai karakter yang dipenuhi bumbu, dan pengertian yang sangat menopang di berbagai sisi kehidupan. Penulis selalu terima kasih sama Allah kita dipertemukan dengan berbagai macam perbedaan dengan tujuan dan arah yang sama (silaturahmi). Terimakasih juga atas semua perhatian dan candaan yang

selalu ada di sela-sela kita, untuk Fitri, wida, fatma, mytha, ulfa, sri, dan ati. Terima kasih sudah bersamaku selama 7 tahun ini dan menyuruh ku rajin – rajin berkuliah. Love you guys.

10. Teman - teman Keluarga Tapi Mesra, teman – teman nongkrong dan liburanku sekaligus penyemangat di saat ku mengerjakan skripsi makasih sudah selalu support saya selama ini.
11. Kepada seluruh sahabat, dosen, pegawai, keluarga yang telah memberikan bantuannya yang belum sempat penulis sebutkan.

Terakhir, dengan segala hormat dan kerendahan hati, penulis mengucapkan banyak terima kasih dan mengharap kritik dan saran yang membangun karena penulis sadar skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Apabila terdapat kesalahan dan kekeliruan dalam skripsi ini, maka sepenuhnya berasal dari penulis.

Makassar, 27 Oktober 2020

AYU WANDARI

ABSTRAK

Ayu Wandari, 2020, Analisis Permintaan Jasa Go-Food di Kota Makassar, di bawah bimbingan Dr. Sabir, SE., M.Si (ketua), Dr. Nur Dwiana Sari Saudi, SE., M.Si (sekretaris). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh Pendapatan, Tarif dan Kecepatan Pelayanan terhadap permintaan jasa Go-Food di Kota Makassar.

Penelitian ini menggunakan data primer yang didapatkan dari masyarakat Kota Makassar dengan cara membagikan kuesioner di beberapa orang disetiap kompleks, dan lingkungan. Variabel bebas yaitu pendapatan, tarif, dan kecepatan pelayanan serta variabel terikat yaitu permintaan jasa Go-Food di Kota Makassar. Analisis data menggunakan regresi Linear Berganda kemudian data diolah dengan menggunakan Microsoft Excel dan EVIEWS 09.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel pendapatan dan tarif berpengaruh secara positif dan signifikan, sedangkan variabel kecepatan pelayanan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap permintaan jasa Go-Food di Kota Makassar.

Kata kunci: Makassar, Permintaan Go-Food, Pendapatan, Tarif, dan Kecepatan pelayanan.

ABSTRACT

Ayu Wandari, 2020, Analysis of Demand for Go-Food Services in Makassar City, Supervised By of Dr. Sabir, SE., M.Si (chairman), Dr. Nur Dwiana Sari Saudi, SE., M.Si (secretary). The purpose of this research is to analyze the effect of income, rate and speed of service on the demand for Go-Food services in Makassar City.

This study uses primary data obtained from the people of Makassar City by distributing questionnaires to several people in each district and environment. The independent variable is income, rate, and service speed and the dependent variable is the demand for Go-Food services in Makassar City. Data analysis using Multiple Linear regression then the data is processed using Microsoft Excel and EVIEWS 09.

The results of this study indicate that the income and rate variables have a positive and significant effect, while the service speed variable has a negative and significant effect on the demand for Go-Food services in Makassar City.

Keywords: Makassar, Go-Food Demand, Income, Rate, and Service Speed.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	v
PRAKATA	vi
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	8
1.3. Tujuan penelitian	8
1.4. Manfaat penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Tinjauan Teoritis.....	9
2.1.1 Teori Permintaan.....	9
2.1.2 Transportasi.....	12
2.1.3 Permintaan Jasa Transportasi.....	16
2.1.4 Hubungan antara Pendapatan dengan Permintaan Jasa Transportasi Online (Go-food).....	19
2.1.5 Hubungan antara Tarif dengan Permintaan Jasa Transportasi Online (Go-food).....	21
2.1.6 Hubungan antara Kecepatan Pelayanan dengan Permintaan Jasa Transportasi Online (Go-food).....	22

2.2. Studi Empiris.....	24
2.3. Kerangka Konseptual.....	28
2.4. Hipotesis Penelitian	31
BAB III METODE PENELITIAN.....	32
3.1. Ruang lingkup penelitian.....	32
3.2. Jenis dan Sumber Data	32
3.3. Metode Pengambilan Data.....	32
3.4. Metode Penarikan Sampel.....	33
3.4.1. Populasi Penelitian.....	33
3.4.2. Sampel.....	33
3.5. Metode Analisis Data	33
3.6. Uji Statistik.....	35
3.7. Definisi Operasional Variabel.....	37
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	39
4.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	39
4.1.1. Letak Dan Keadaan Geografis.....	39
4.1.2. Penduduk	41
4.2. Karakteristik Responden	41
4.2.1. Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	41
4.2.2. Distribusi Responden Berdasarkan Kelompok Umur	42
4.2.3. Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	43
4.2.4. Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	43
4.2.5. Distribusi Responden Berdasarkan Pendapatan	44
4.3. Distribusi Responden Berdasarkan Variabel Bebas Dan Variabel Terikat.....	45
4.3.1. Distribusi Responden Berdasarkan Pendapatan dan Permintaan Jasa Transportasi Online (Go-Food) di Kota Makassar.....	45
4.3.2. Distribusi Responden Berdasarkan Tarif dan Permintaan Jasa Transportasi Online (Go-Food) di Kota Makassar.....	46
4.3.3. Distribusi Responden Berdasarkan kecepatan pelayanan dan Permintaan Jasa Transportasi Online di Kota Makassar.....	48
4.4. Analisis Data	49

4.4.1. Hasil Regresi	49
4.4.2. Uji Signifikasi Simultan (Uji F)	50
4.4.3. Uji Regresi Parsial (Uji t)	50
4.4.4. Koefisien Determinasi (Uji R^2)	52
4.5. Interpretasi Hasil	53
4.5.1. Pendapatan(X1)	53
4.5.2. Tarif (X2)	53
4.5.3. Kecepatan Pelayanan (X3)	54
BAB V PENUTUP	55
5.1. Kesimpulan	55
5.2. Saran	56
DAFTAR PUSTAKA	58
LAMPIRAN	61

DAFTAR GAMBAR

2.1.	Bagan Kerangka Pikir Penelitian	31
------	---------------------------------------	----

DAFTAR TABEL

4.1.	Luas Area, Persentase Terhadap Luas Wilayah Dan Jumlah Penduduk Menurut Kecamatan Di Kota Makassar	41
4.2.	Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	43
4.3.	Distribusi Responden Berdasarkan Kelompok Umur	43
4.4.	Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	44
4.5.	Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan	45
4.6.	Distribusi Responden Berdasarkan Pendapatan	45
4.7.	Distribusi Responden Berdasarkan Pendapatan dan Permintaan Jasa Transportasi Online (Go-Food)	46
4.8.	Distribusi Responden Berdasarkan Tarif dan Permintaan Jasa Transportasi Online (Go-Food).....	48
4.9.	Distribusi Responden Berdasarkan kecepatan Pelayanan dan Permintaan jasa Transportasi Online (Go-Food)	49
4.10.	Hasil Regresi Linear Berganda.....	50

DAFTAR LAMPIRAN

1. Hasil Tabulasi Data Responden	63
2. Hasil Transfer Logaritma Natural.....	66
3. Hasil Regresi.....	69
4. Kuesioner.....	70

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Saat ini perkembangan teknologi amat sangat pesat, kemajuan teknologi mendorong seseorang untuk selalu kreatif dan berinovasi dalam berbisnis. Menurut Onggo (2007) ada 3 hal yang populer dilakukan oleh siapa saja yang terhubung ke internet, yaitu saling berkomunikasi menggunakan perangkat komunikasi internet baik melalui *voice messenger* maupun lewat *e-mail*, kemudian berselancar dari web ke web lain, dan mencari informasi lewat situs pencari. Dari aktivitas yang biasanya dilakukan yang kedua dan yang ketiga menurut Onggo (2007) yang berpengaruh terhadap kegiatan konsumen juga dengan adanya produsen yang menyediakannya. Mulai dari kegiatan jual beli barang yang saat ini bisa dilakukan dengan mudahnya melalui internet yang biasa disebut *online shopping*, sudah banyak pula generasi muda yang terjun ke dunia bisnis melalui *online shopping* ini. Penggunaan *online shopping* untuk saat ini tidak hanya melalui situs *website* seperti sebelum-sebelumnya, saat ini orang berbelanja bisa melalui media sosial seperti instagram dan juga aplikasi yang bisa di *download* melalui *smartphone*. Dengan meningkatnya daya kreativitas generasi muda diharapkan mampu meningkatkan pendapatan perkapita negara Indonesia, bisa dikatakan bisnis secara *online* untuk saat ini termasuk bisnis yang cukup menjanjikan asalkan memiliki daya saing yang cukup.

Perkembangan teknologi informasi berbasis internet memberikan dampak positif bagi manusia, yaitu memudahkan dalam berinteraksi, bertukar informasi dalam berbagai aktivitasnya dan menambah trend perkembangan teknologi dengan segala bentuk kreativitas manusia. Seiring dengan kemajuan teknologi

tersebut maka manusia semakin mudah dalam memenuhi berbagai kebutuhan hidupnya.

Transportasi adalah pemindahan manusia atau barang dengan menggunakan wahana yang digerakkan oleh manusia atau mesin. Transportasi digunakan untuk memudahkan manusia untuk melakukan aktivitas sehari-hari. Banyak ahli telah merumuskan dan mengemukakan pengertian transportasi. Para ahli memiliki pandangannya masing-masing yang mempunyai perbedaan dan persamaan antara yang satu dengan lainnya. Kata transportasi berasal dari bahasa latin yaitu *transportare* yang mana *trans* berarti mengangkat atau membawa. Jadi transportasi adalah membawa sesuatu dari satu tempat ke tempat yang lain. Menurut Salim (2000) transportasi adalah kegiatan pemindahan barang (muatan) dan penumpang dari suatu tempat ke tempat lain. Dalam transportasi ada dua unsur yang terpenting yaitu pemindahan/pergerakan (*movement*) dan secara fisik mengubah tempat dari barang (*comoditi*) dan penumpang ke tempat lain.

Kemajuan teknologi di bidang transportasi, menjadi kenyataan sosial budaya yang terjadi di masyarakat, bahwa saat ini internet sangat berpengaruh kepada warga masyarakat dalam menjalani kehidupan masyarakat. Maraknya pengguna smartphone, baik sistem android maupun iOS menjadikan masyarakat ber-gantung pada smartphone serta internet. Peluang tersebut yang menjadikan pendiri bisnis Ojek online (Go-Jek) menghadirkan ojek berbasis online. Fenomena transportasi online saat ini sedang hangat diperbincangkan, karena pemesanan berbasis aplikasi yang mudah di download oleh pengguna smartphone baik sistem android maupun iOS. Pemesanan melalui aplikasi yang mudah membuat Ojek online diterima dengan cepat di kalangan masyarakat,

serta berbagai macam pilihan layanan yang diberikan sehingga mampu memenuhi kebutuhan masyarakat dalam bidang jasa (Agustin, 2017).

Pendapatan merupakan faktor yang penting dalam menentukan corak permintaan terhadap suatu barang atau jasa. Perubahan pendapatan selalu menimbulkan perubahan terhadap permintaan. Seperti yang telah dikemukakan oleh Nasution (2008) bahwa apabila tingkat pendapatan pemakai jasa transportasi meningkat, maka permintaan jasa transportasi makin meningkat pula, karena kebutuhan melakukan perjalanan makin meningkat. Pendapatan bahkan berpengaruh terhadap pola pergerakan penduduk. Dalam melakukan pergerakan atau mobilisasi diperlukan sarana transportasi. Adisasmita (2010) menjelaskan bahwa pada penduduk yang berpendapatan rendah menggunakan sarana transportasi untuk melakukan perjalanan dengan intensitas yang lebih rendah dibandingkan dengan penduduk yang berpendapatan lebih tinggi.

Selain pendapatan, menentukan suatu tarif juga sangat penting dalam transportasi. Berbicara masalah tarif dan permintaan tentu sangat erat kaitannya. Seperti yang dijelaskan oleh Sadono Sukirno (2013) bahwa dalam hukum permintaan dijelaskan sifat hubungan antara permintaan suatu barang atau jasa dengan tingkat harganya dimana pada hakikatnya menyatakan bahwa makin rendah harga suatu barang maka makin banyak permintaan terhadap barang tersebut. Sebaliknya, jika makin tinggi harga suatu barang maka makin sedikit permintaan terhadap barang tersebut.

Perusahaan ojek online yang sedang meningkat pesat yaitu Gojek, Gojek merupakan perusahaan yang didirikan oleh anak bangsa yang bernama Nadiem Makarim bersama temannya Michaelangelo Moran pada bulan Maret 2010, yang bertujuan untuk mengurangi pengangguran di Indonesia dan menjadi solusi

kemacetan di Ibu Kota. Cara kerja Gojek yaitu menggunakan aplikasi yang terhubung dengan internet. Para pelanggan tidak perlu menunggu dipinggir jalan atau mendatangi ke pangkalan ojek. Pemesanan melalui aplikasi Gojek sesuai kebutuhan. Gojek siap untuk melayani pelanggan yang berada dimana saja. Perusahaan yang menyediakan transportasi berbasis online tersebut memberikan pelayanan utama yaitu GO-Ride melayani pengantaran penumpang, selain pengantaran penumpang, Gojek juga memberikan pelayanan seperti GO-Send melayani pengiriman barang, GO-Food melayani pemesanan makanan, GO-Mart melayani pemesanan di outlet seperti Indomaret, Alfa Mart dan sejenisnya, GO-Busway, GO-Tix melayani pemesanan tiket konser, dan sejenisnya, GO-Box melayani pengiriman barang dengan skala yang besar, GO-Clean melayani pembersihan rumah atau kantor, GO-Glam, serta GO-Massage melayani pijatan. Pada saat ini, Gojek sudah beroperasi di Jakarta, Bali, Bandung, Makassar dan Surabaya dengan 10.000 pengemudi ojek, 50 diantaranya adalah perempuan. Setiap pengemudi gojek akan mendapatkan masing-masing dua buah jaket, helm, dan perlengkapan masker serta tutup kepala untuk penumpang (Rifaldi, 2016).

Go-Food merupakan sebuah fitur layanan yang disediakan oleh Go-Jek yang melayani food delivery service di Indonesia. Indonesia merupakan suatu negara yang memiliki serta menyajikan berbagai produk kuliner baik cita rasa nusantara hingga modern mengikuti tren masa kini. Tercatat sampai saat ini bahwa Go-Food telah memiliki mitra dengan jumlah kurang lebih sebanyak restoran. Mitra Go-Food tidak hanya terdiri dari restoran mewah saja melainkan terdiri dari usaha masyarakat kecil, seperti pedagang kaki lima, hingga makanan hasil karya industri UMKM.

Di sisi lain Go-Food berusaha hadir sebagai perangsang pertumbuhan konsumen. Hal ini juga difungsikan sebagai solusi atas masalah-masalah konsumen yang ditemukan dalam evaluasi terhadap pasar. Salah satu masalah yang muncul berkaitan dengan food delivery service adalah pengaruh mobilitas masyarakat sebagai konsumen. Kecenderungan masyarakat kota yang memiliki mobilitas tinggi, keterbatasan waktu, dan kebutuhan yang tinggi akan makanan kini mampu teratasi dengan adanya Go-Food. Standar pelayanan yang tinggi dan ketepatan dalam *delivery service* selalu dijunjung untuk memuaskan para pelanggan. Hal ini dilakukan oleh GO-JEK melalui layanan Go-Foodnya sebagai bagian dari perangsang pertumbuhan konsumen.

Fenomena Go-Food yang terjadi di kalangan masyarakat Ibu Kota ini disebabkan kepraktisan yang ditawarkan pihak Go-Jek dalam layanan food delivery service. Pemesanan hanya dilakukan menggunakan smartphone dengan membuka fitur Go-Food di dalam aplikasi Go-Jek. Hal tersebut menunjukkan adanya kemudahan dalam mengakses atau dijangkau oleh para penggunanya. Hasil prasarvei pada pekerja sebanyak 10 orang, dengan 7 dari 10 pekerja menyatakan bahwa mereka lebih sering menggunakan Go-Food dibanding layanan GO-JEK lainnya dan tiga orang sisanya lebih memilih menuju ke restoran karena merasa dekat dengan tempat kerjanya. Alasan peneliti untuk memilih orang yang telah bekerja sebagai subjek penelitian ini adalah karena peneliti ingin mengetahui seberapa familiar GO-FOOD ini di kalangan para pekerja. Dari tujuh orang yang bekerja telah diwawancarai menyatakan bahwa GO-FOOD merupakan salah satu layanan yang terbilang sangat unik karena menggunakan internet sebagai basisnya. Selain itu, layanan Go-Food saat ini telah bekerjasama dengan outlet atau rumah makan di seluruh Indonesia dan

tidak menutup kemungkinan akan bertambah seiring waktu. Walaupun kebanyakan para pelanggan merasa sangat terbantu dengan adanya layanan GO-FOOD ini tetapi ada saja yang merasa sedikit dikecewakan contohnya seperti makanan yang dipesan tiba-tiba di cancel booking sama driver GO-JEK dengan alasan harga makanan yang terlalu tinggi dan juga terkadang terjadi perbedaan antara makanan yang dipesan dan yang diantar, tetapi mereka tetap percaya terhadap layanan ini dan tetap saja mereka memesan makanan lewat layanan ini. Jadi, pada dasarnya kepercayaan merupakan salah satu alasan kenapa konsumen ingin melakukan pembelian ulang.

Dalam Penggunaan Go-food sendiri tentunya dibutuhkan pelayanan yang baik dari pihak Go-Jek. Pelayanan menurut (Payne, 2008) adalah segala kegiatan yang dibutuhkan untuk menerima, memproses, menyampaikan, dan memenuhi pesanan konsumen dan untuk menindak lanjuti setiap kegiatan yang mengandung kekeliruan. Hal-hal yang demikian inilah dimanfaatkan oleh transportasi online untuk menjawab semua kebutuhan konsumen.

Hal ini menyebabkan keberadaan transportasi online semakin terus dikenal oleh masyarakat guna untuk memudahkan kebutuhan masyarakat akan transportasi yang aman, nyaman, dan sesuai dengankriteria dan kebutuhan masyarakat. Oleh karena itu ada beberapa variabel digunakan untuk mengetahui pengaruhnya, diantaranya variabel pelayanan transportasi online menawarkan berbagai fasilitas pelayanan. Dengan adanya pemenuhan pelayanan yang dirasa penting bagi konsumen, hal ini yang digunakan untuk menarik minat konsumen agar dapat menggunakan jasa transportasi online tersebut. Dan masalah kecepatan waktu pelayanan. Kecepatan waktu pelayanan merupakan salah satu unsur yang penting dalam sebuah pelayanan jasa transportasi, semakin cepat

waktu pelayanan yang diberikan jasa transportasi akan semakin berdampak baik bagi perusahaan jasa transportasi tersebut. Karena dengan cepatnya waktu pelayanan maka efisiensi waktu akan terwujud. Variabel pendapatan memiliki pengaruh terhadap permintaan perjalanan, hal ini terjadi karena tingkat pendapatan seseorang akan menggambarkan tingkat konsumsinya dalam hal ini konsumsi yang dimaksud adalah permintaan pelayanan jasa transportasi dalam memenuhi kebutuhannya.

Kemudian tingkat tarif Go-food yang lebih murah dibandingkan jika langsung membeli di restoran. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat tarif berpengaruh terhadap permintaan transportasi, hal ini dibuktikan dengan hukum permintaan dimana pada saat tingkat harga suatu barang dan jasa turun maka tingkat permintaan barang dan jasa akan mengalami kenaikan begitupun sebaliknya. Hal lain yang dapat menarik minat konsumen dalam melakukan permintaan transportasi online bisa disebabkan karena adanya promosi yang dianggap konsumen menguntungkan bagi konsumen, sehingga karena promosi tersebut menguntungkan konsumen maka permintaannya akan bertambah, misalnya promosi potongan harga dan Jika konsumen menggunakan pembayaran non tunai (GoPay) untuk jasa Go-Food maka nilai penghematan biaya atau penggunaan promosi bisa dilakukan dan akan 'terasa' dikantong konsumen. Dengan kemudahan yang ditawarkan Gojek tersebut membuat para pengguna Go-Food akan terus meningkat setiap harinya. Sehingga hal tersebut mengakibatkan masyarakat lebih memilih untuk menggunakan jasa Go-Food. Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, maka penulis akan melakukan sebuah penelitian dengan judul **“Analisis Permintaan Jasa Go-Food di Kota Makassar”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan pembahasan tersebut maka masalah utama yang akan dibahas dalam penelitian ini yaitu “Apakah Pendapatan, Tarif, dan Kecepatan Pelayanan berpengaruh terhadap permintaan jasa Go-Food di kota Makassar?”

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah maka tujuan penelitian skripsi ini adalah “untuk menganalisis pengaruh Pendapatan, Tarif dan Kecepatan Pelayanan terhadap permintaan jasa Go-Food di Kota Makassar”.

1.4. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Sebagai bahan referensi bagi peneliti lainnya yang ingin melakukan penelitian yang lebih mendalam mengenai Go-food.
2. Untuk penulis, sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana di fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Ilmu Ekonomi.
3. Memberikan sumbangan pemikiran bagi pemerintah kota Makassar atau pihak-pihak terkait untuk dipertimbangkan dalam merumuskan kebijakan yang tepat untuk membangun kota Makassar pada sektor jasa transportasi.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Teoritis

2.1.1 Teori Permintaan

Menurut (Mankiw, 2012) dalam bukunya yang berjudul “pengantar mikro ekonomi” menyebutkan bahwa permintaan adalah sejumlah barang yang diinginkan dan dapat dibeli oleh pembeli. Kita tahu bahwa untuk barang apapun, ada banyak hal yang menentukan jumlah yang akan diminta pembeli, namun ketika kita menganalisis bagaimana pasar bekerja, suatu hal yang sangat berperan adalah harga barang tersebut. Jumlah permintaan barang menurun ketika harga barang naik dan meningkat ketika harga barang turun. Hal ini berarti jumlah permintaan barang berbanding terbalik dengan harga. Hubungan antarharga dengan jumlah permintaan ini berlaku untuk hampir semua barang dalam ekonomi, dan dalam kenyataannya, para ekonom dimanapun menyebut hal ini sebagai hukum permintaan. Jika hal-hal lain tetap, ketika suatu barang naik jumlah permintaan untuk barang tersebut akan turun. Sebaliknya ketika harga turun jumlah permintaan naik.

Dengan kata lain, teori permintaan menerangkan tentang ciri hubungan antara jumlah permintaan dan harga. Berdasarkan ciri hubungan antara permintaan dan harga dapat dibuat grafik kurva permintaan. Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan barang adalah:

a. Harga

Kuantitas yang diminta akan menurun ketika harganya meningkat dan kuantitas yang diminta meningkat ketika harganya menurun, dengan kata lain

kuantitas yang diminta berhubungan negative dengan harga. Hubungan antara harga dan kuantitas ini yang dinamakan hukum permintaan.

b. Pendapatan

Ketika pendapatan rendah maka secara total uang yang dibelanjakan lebih sedikit. Jika permintaan terhadap barang berkurang ketika pendapatan berkurang, barang tersebut disebut barang normal (Normal good). Jika permintaan terhadap barang meningkat ketika pendapatan turun, maka barang tersebut disebut barang inferior (Inferior good).

c. Harga barang lain yang berkaitan.

Apabila penurunan harga barang satu menurunkan permintaan terhadap barang yang lain, maka kedua barang tersebut disebut barang substitusi. Jika penurunan harga suatu barang meningkatkan permintaan barang lainnya, kedua barang tersebut disebut barang komplemen.

Menurut Sarnowo dan Sunyoto (2013) permintaan adalah jumlah barang yang diminta pada suatu pasar tertentu dengan tingkat harga tertentu. Rasul et al (2012) menyatakan permintaan sebagai sejumlah barang dan jasa yang diminta oleh konsumen dari suatu perusahaan pada tingkat harga beberapa.

Hukum permintaan menyatakan “Jika harga barang turun, maka jumlah barang yang diminta cenderung meningkat. Sebaliknya jika harga naik maka jumlah barang yang diminta cenderung menurun dengan asumsi faktor-faktor lain di luar harga konstan”. Sukirno (2013) menjelaskan hukum permintaan memiliki hubungan seperti itu karena pembeli akan mencari barang lain yang dapat menggantikan digunakan sebagai pengganti barang yang mengalami kenaikan harga tersebut.

Menurut Raharja (2010) permintaan adalah keinginan konsumen membeli suatu barang pada berbagai tingkat harga selama periode waktu tertentu. Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi permintaan suatu barang yaitu:

1. Harga barang itu sendiri
2. Harga barang lain yang terkait
3. Tingkat pendapatan per kapita
4. Selera atau kebiasaan
5. Jumlah penduduk
6. Pekiraan harga di masa mendatang

Jumlah barang yang diminta semestinya tidak sama dengan jumlah barang yang benar-benar dibeli. Kadang jumlah yang diminta melebihi jumlah barang yang tersedia, sehingga jumlah yang dibeli kurang dari jumlah yang diminta. Banyak faktor yang mempengaruhi rencana pembelian dan salah satunya adalah harga. Hubungan antara jumlah barang yang diminta dengan harga terdapat dalam hukum permintaan. Hukum permintaan menyatakan ketika hal-hal yang lain tetap sama, semakin tinggi jumlah yang diminta dan semakin rendah harga suatu barang, semakin besar jumlah yang diminta (Parkin, 2017).

Permintaan adalah keterkaitan dengan jumlah permintaan berupa harga, permintaan menunjukkan tinggi atau rendahnya permintaan mengenai suatu barang dan jasa dari pembeli. Banyaknya komoditas barang yang diminta di pasar dengan harga yang telah ditentukan pada jumlah pendapatan tertentu serta pada periode tertentu disebut permintaan. Permintaan dalam Ilmu ekonomi memiliki arti yaitu, bahwa jumlah dari suatu barang yang mau dan mampu dibeli pada berbagai kemungkinan harga, selama jangka waktu tertentu, dengan

anggapan hal-hal lain tetap sama. Permintaan merupakan jumlah dari suatu barang atau jasa yang mampu dibeli pada berbagai kemungkinan harga selama jangka waktu tertentu, dengan anggapan hal-hal lain tetap sama atau *ceteris paribus* (Elvira, 2015).

Hukum permintaan adalah ketika terjadi suatu keadaan dengan kondisi yang mana semua hal itu akan dianggap sama, apabila terjadi kenaikan harga suatu barang, hal itu konsumen akan mengurangi kuantitas dalam permintaannya. Sesuai dengan hukum dalam teori permintaan, ketika suatu harga barang terjadi terus mengalami peningkatan, maka akan mempengaruhi jumlah suatu barang yang diminta sehingga harga akan mengalami penurunan. Dan akan begitu dengan sebaliknya ketika suatu harga barang terus mengalami penurunan, maka yang terjadi jumlah barang yang diminta akan semakin meningkat juga. Analisa tersebut didasari oleh hukum *ceteris paribus*, adalah suatu keadaan dimana yang lain akan dianggap konstan, merupakan tidak terjadi pengaruh yang signifikan terhadap besar kecilnya dalam permintaan suatu barang (Kurniawan, 2018).

2.1.2 Transportasi

Dalam mendukung aktifitas manusia, transportasi menjadi sarana yang paling penting dalam kegiatan-kegiatan seperti pengiriman barang dan jasa, jasa angkut penumpang, dan dalam perekonomian. Di Indonesia memiliki berbagai jenis alat transportasi baik itu darat, udara dan laut. Transportasi darat adalah salah satu jenis transportasi yang mendapat perhatian khusus baik itu dari pemerintah bahkan pengguna jasa transportasi darat tersebut, selain pemeliharaan yang mudah juga biaya yang akan dikeluarkan oleh pengguna jasa transportasi darat pun juga murah (Nor. dkk, 2018).

Apabila transportasi tidak ditangani dengan benar, dapat dipastikan akan dapat mempengaruhi pemerataan dan pengembangan disektor pembangunan, serta hasilnya pun tidak dapat dirasakan secara optimal oleh seluruh masyarakat. Perlu adanya penataan sistem transportasi yang terpadu, agar dapat menciptakan satu kesatuan sistem transportasi nasional yang mampu menciptakan ketersediannya akan jasa transportasi yang seimbang terhadap jumlah permintaan, yang layak dengan harga yang dapat dijangkau seluruh masyarakat.

Seiring perkembangan teknologi transportasi dimasa sekarang, transportasi dijadikan sebagai jembatan perkembangan dari suatu wilayah hingga ke dunia luas. Pengembangan pada sistem transportasi pada masa ini telah dijadikan perhatian khusus dari berbagai sudut pandang. Adanya perkembangan teknologi transportasi, dimanfaatkan oleh sebagian orang untuk mempermudah dan mempercepat pergerakan dalam memenuhi segala kebutuhan hidup manusia (Azis dan Asrul, 2014)

Kendaraan yang dioperasikan untuk melayani para penumpang yang memiliki tujuan yang serupa dalam suatu perjalanan merupakan pengertian singkat dari angkutan umum. Jenis dari angkutan ini pada umumnya merupakan jenis jasa transportasi yang mengikuti lintasan tetap. Angkutan umum merupakan jenis angkutan yang dilakukan dengan sistem pembayaran menggunakan harga yang telah ditentukan oleh pengemudi angkutan umum. Namun belakangan ini angkutan umum dirasakan, kurang berfungsinya secara optimal. Dikota-kota besar angkutan umum tidak berfungsi dengan baik dan lebih cenderung dijadikan pilihan terakhir masyarakat sebagai sarana transportasi.

Permasalahan ini muncul karena adanya ketidaknyamanan yang diberikan, dan jadwal peroperasian yang tidak teratur (Saputra dkk 2017).

Ikhsantono (2009) mengemukakan bahwa kegiatan ekonomi bertujuan memenuhi kebutuhan manusia. Transportasi adalah salah satu jenis kegiatan yang menyangkut peningkatan kebutuhan manusia dengan mengubah letak geografis barang dan orang sehingga menimbulkan adanya transaksi. Transportasi merupakan urat nadi perekonomian, transportasi setua dengan peradaban manusia, transportasi merupakan faktor pembentuk pertumbuhan ekonomi wilayah, transportasi menciptakan penghematan waktu perjalanan yang sangat signifikan. Selanjutnya, penting dijelaskan tentang fungsi transportasi dalam perekonomian dan pembangunan.

Fungsi utama Transportasi ada dua yaitu sebagai penunjang dan sebagai pendorong/pendukung. Pertama, Transportasi berfungsi sebagai penunjang yaitu transportasi itu melayani pengembangan kegiatan sektor – sektor lain yaitu sektor pertanian, industri, perdagangan, pendidikan, kesehatan, pariwisata transmigrasi dan lainnya. Kedua, Transportasi sebagai pendorong pembangunan, dimaksudkan bahwa pengadaan/pembangunan fasilitas (prasarana dan sarana) transportasi di harapkan dapat membantu membuka keterisolasian, keterpencilan, keterbelakangan suatu daerah (Adisasmita, 2010) Kegiatan ekonomi bertujuan memenuhi kebutuhan manusia. Transportasi adalah salah satu jenis kegiatan yang menyangkut peningkatan kebutuhan manusia dengan mengubah letak geografis barang dan orang sehingga menimbulkan adanya transaksi.

Dilihat dari segi ekonomi, keperluan akan jasa angkutan mengikuti perkembangan dari kegiatan disemua sektor ekonomi. Pengangkutan dikatakan

sebagai derived demand, karena keperluan jasa angkutan bertambah dengan meningkatnya kegiatan ekonomi dan berkurang jika terjadi kelesuan ekonomi (Ikhsantono, 2009).

Untuk menunjang perkembangan ekonomi yang mantap perlu dicapai keseimbangan antara peyediaan dan permintaan jasa angkutan. Jika penyediaan jasa angkutan lebih kecil daripada permintaan, akan terjadi kemacetan arus barang yang dapat menimbulkan kegoncangan harga di pasaran. Sebaliknya jika penawaran jasa angkutan melebihi permintaan maka akan timbul persaingan yang tidak sehat yang akan menyebabkan banyak perusahaan angkutan yang rugi dan menghentikan kegiatannya, sehingga penawaran jasa angkutan yang selanjutnya menyebabkan ketidaklancaran arus barang dan kegoncangan harga pasar (Ikhsantono, 2009). Kegiatan ekonomi dan transportasi memiliki keterkaitan yang sangat erat, dimana keduanya dapat saling mempengaruhi. Hal ini seperti yang diungkapkan bahwa pertumbuhan ekonomi memiliki keterkaitan dengan transportasi, karena akibat pertumbuhan ekonomi maka mobilitas seseorang meningkat dan kebutuhan pergerakannya pun menjadi meningkat melebihi kapasitas prasarana transportasi yang tersedia. Hal ini dapat disimpulkan bahwa transportasi dan perekonomian memiliki keterkaitan yang erat. Disatu sisi transportasi dapat mendorong peningkatan kegiatan ekonomi suatu daerah, karena dengan adanya infrastruktur transportasi maka suatu daerah dapat meningkatkan kegiatan ekonominya. Namun di sisi lain, akibat tingginya kegiatan ekonomi dimana pertumbuhan ekonomi meningkat maka akan timbul masalah transportasi, karena terjadinya kemacetan lalu lintas, sehingga perlunya penambahan jalur transportasi untuk mengimbangi tingginya kegiatan ekonomi tersebut (Agus, 2010).

2.1.3. Permintaan Jasa Transportasi

Pada dasarnya permintaan adalah berbagai jumlah suatu barang atau jasa dimana konsumen bersedia membayar pada berbagai alternatif harga barang atau jasa tersebut. (Soeharno, 2007).

Pada dasarnya permintaan angkutan diakibatkan oleh hal-hal berikut, (Nasution, 2008):

1. Kebutuhan manusia untuk bepergian dari ke lokasi lain dengan tujuan mengambil bagian di dalam suatu kegiatan, misalnya bekerja, berbelanja, ke sekolah, dan lain-lain.
2. Kebutuhan angkutan barang untuk dapat digunakan atau dikonsumsi di lokasi lain. Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan jasa angkutan adalah Harga jasa angkutan, tingkat pendapatan dan citra atau image terhadap perusahaan atau moda transportasi tertentu Pada dasarnya dapat dikatakan bahwa permintaan akan jasa angkutan, dipengaruhi oleh harga jasa angkutan itu sendiri dan harga dari jasa-jasa angkutan lainnya serta tingkat pendapatan dan lain-lain (Nasution, 2008).

Terdapat beberapa sifat khusus yang melekat pada permintaan akan jasa transportasi dan yang membedakannya dengan permintaan terhadap barang lainnya yaitu sebagai berikut:

- a. Derived demand. Permintaan akan jasa pengangkutan merupakan suatu permintaan turunan, saduran atau dalam istilah ekonomi, lazim disebut derived demand. Dengan demikian, permintaan akan jasa transportasi baru akan ada apabila ada faktor-faktor yang mendorongnya. Permintaan jasa transportasi tidak berdiri sendiri, melainkan tersembunyi di balik kepentingan

yang lain. Misalnya, keinginan untuk rekreasi, keinginan untuk sekolah atau untuk berbelanja dan sebagainya.

- b. Permintaan akan jasa transportasi pada dasarnya adalah seketika/ tidak mudah untuk digeser atau ditunda dan sangat dipengaruhi oleh fluktuasi waktu yang dapat bersifat harian, mingguan, bulanan atau tahunan.
- c. Permintaan akan jasa transportasi sangat dipengaruhi oleh elastisitas pendapatan. Perilaku hukum engel berlaku disini. Dimana engle mengatakan bahwa apila pendapatan dari seseorang naik, maka orang tersebut akan secara sebanding mengurangi pengeluaran untuk memperoleh barang-barang kebutuhan sehari-hari dan menggantikannya dengan barang-barang lebih mewah atau sekunder.
- d. Pada hakikatnya tidak tanggap atau perasa terhadap perbedaan tingkat biaya transportasi untuk pengangkutan penumpang, tetapi sangat perasa/tanggap terhadap pengangkutan barang. Ini berarti permintaan penumpang bersifat inelastis, sedangkan permintaan pengangkutan barang bersifat elastis.
- e. Jasa transportasi adalah jasa campuran (product mixed). Permintaan jasa angkutan adalah kompleks karena permintaan tersebut tidak hanya dilandasi oleh keinginan untuk memindahkan suatu dari suatu tempat ke tempat lain tetapi banyak variabel lain yang memepengaruhi keinginan untuk memindahkan barang tersebut, seperti kecepatan, keamanan, keselamatan, ketepatan, kenyamanan, keterandalan dan sebagainya. (Nasution, 2008).

Menurut Marvin dalam Andriansyah (2015), bentuk tujuan perjalanan yang biasanya dipergunakan oleh perencana transportasi adalah:

1. Perjalanan Pekerjaan (Works trip)
2. Perjalanan Sekolah (school trip)

3. Perjalanan Belanja (shooping trip)
4. Perjalanan Bisnis Pekerjaan (employer'sbusiness trip)
5. Perjalanan Sosial (social trip)
6. Perjalanan Untuk Makan (trip toeatmeal)
7. Perjalanan Rekreasi (recreational trip)

Masyarakat sebagai faktor utama dalam melakukan kegiatan perjalanan selalu ingin agar permintaannya terpenuhi. Menurut White dalam Andriansyah (2015), permintaan yang ada dari masyarakat akan pemenuhan kebutuhan transportasi dipengaruhi oleh:

- a. Pendapatan masing-masing orang
- b. Kesehatan
- c. Tujuan dari perjalanan
- d. Jenis perjalanan
- e. Banyaknya penumpang (group/individual)
- f. Perjalanan yang mendesak.

Terpenuhinya permintaan akan kebutuhan transportasi ditimbulkan oleh ciri-ciri perjalanan yang mempengaruhi pemilihan moda, di mana masyarakat sebagai pengguna jasa transportasi dapat menggunakan moda yang ada.

Faktor yang terdapat dalam ciri perjalanan yang dimaksud yaitu:

1. Jarak perjalanan mempengaruhi orang dalam menentukan pemilihan moda. Makin dekat jarak tempuh, pada umumnya orang makin memilih moda yang paling praktis.
2. Tujuan perjalanan-Tujuan perjalanan mempunyai keterkaitan antara keinginan-keinginan masing-masing orang dalam memilih moda yang diinginkan. Permintaan akan transportasi timbul dari perilaku manusia akan

perpindahan manusia atau barang yang mempunyai ciri-ciri khusus. Ciri-ciri tersebut bersifat terus dan terjadi sepanjang waktu. Ciri-ciri tersebut mengalami jam-jam puncak pada pagi hari di mana orang mulai mengadakan aktivitas dan sore hari pada waktu istirahat dari pekerjaan.

Pada dasarnya dapat dikatakan bahwa permintaan akan jasa angkutan, dipengaruhi oleh harga jasa angkutan itu sendiri dan harga dari jasa-jasa angkutan lainnya serta tingkat pendapatan dan lain-lain (Nasution, 2008). Pelayanan akan mempunyai tingkat kepentingan yang berbeda-beda dalam mempengaruhi perilaku konsumen untuk sistem transportasi yang berbeda. Secara umum, waktu perjalanan, waktu menunggu, dan tarif merupakan variabel utama yang digunakan untuk memperkirakan perilaku penumpang dalam transportasi perkotaan, khususnya untuk pelayanan lalu lintas terusan konvensional. Banyak faktor yang berpengaruh terhadap pengambilan keputusan dalam melakukan perjalanan, yaitu (1) kebutuhan perjalanan, (2) jenis perjalanan, (3) waktu perjalanan, (4) tarif angkutan, (5) tersedianya sarana angkutan (moda transportasi), dan (6) sifat pelayanan. Hasrat melakukan perjalanan menunjukkan perkembangan yang sangat meningkat, kecenderungan ini adalah seiring dengan jumlah penduduk yang semakin bertambah dan pendapatan per kapita masyarakat, selain dari itu persaingan perusahaan pengangkutan bertambah banyak (Adisasmita, 2010).

2.1.4. Hubungan antara Pendapatan dengan permintaan jasa transportasi (Go-food)

Salah satu indikator utama ekonomi untuk mengukur kemampuan ekonomi masyarakat adalah tingkat pendapatan masyarakat. Indikator

yang dimaksud hanya bersangkutan dengan pendapatan dan pengeluaran, akan tetapi yang lebih penting adalah mengetahui besarnya perbandingan antara penerimaan dengan pengeluaran. Pendapatan dapat digunakan sebagai ukuran dalam menilai keberhasilan suatu usaha dan juga faktor yang menentukan dalam kelangsungan suatu usaha. Pendapatan dapat diartikan sebagai jumlah uang yang diterima oleh seseorang atau badan usaha selama jangka waktu tertentu (Phahlevi, 2013).

Menurut Sadono Sukirno (2013) dalam teori ekonomi bahwa pendapatan adalah perolehan yang berasal dari biaya-biaya faktor produksi atau jasa-jasa produktif. Pengertian tersebut menunjukkan bahwa pendapatan adalah seluruh perolehan baik yang berasal dari biaya faktor produksi maupun total output yang dihasilkan untuk seluruh produksi dalam suatu perekonomian dalam jangka waktu tertentu.

Menurut Winardi (2000), pendapatan adalah sejumlah hasil yang diterima yang berupa uang atau material lainnya yang dicapai dari penggunaan kekayaan atau jasa-jasa lainnya. Wahab (2005), menyatakan bahwa semakin besar tingkat pendapatan maka pergerakan permintaan juga cenderung akan meningkat. Sedangkan, semakin kecil tingkat pendapatan maka pergerakan permintaan juga cenderung akan menurun. Pendapat yang menyatakan bahwa apabila tingkat pendapatan pemakai jasa transportasi makin meningkat, maka permintaan jasa transportasi makin meningkat pula, karena kebutuhan melakukan perjalanan makin meningkat (Nasution, 2008).

Pendapatan adalah arus masuk harta dari kegiatan perusahaan menjual barang dan jasa dalam suatu periode yang mengakibatkan kenaikan modal yang tidak berasal dari kontribusi penanaman modal (Nafarin 2006).

2.1.5. Hubungan antara Tarif dengan permintaan jasa transportasi (Go-food)

Tarif merupakan biaya yang dikenakan kepada orang yang menggunakan jasa. Penetapan tarif dilakukan dengan mempertimbangkan aspek kesediaan membayar konsumen sejauh mana kemampuan konsumen jasa transportasi untuk membayar pada tingkat tarif tertentu. Berbicara masalah tarif dan permintaan tentu sangat erat kaitannya. Seperti yang dijelaskan oleh Sadono Sukirno (2003) bahwa dalam hukum permintaan dijelaskan sifat hubungan antara permintaan suatu barang atau jasa dengan tingkat harganya dimana pada hakikatnya menyatakan bahwa makin rendah harga suatu barang maka makin banyak permintaan terhadap barang tersebut. Sebaliknya, jika makin tinggi harga suatu barang maka makin sedikit permintaan terhadap barang tersebut. Sifat dari permintaan transportasi adalah berupa permintaan turunan atau derived demand dimana permintaan terhadap jasa transportasi dilakukan sebagai akibat kebutuhan lainnya yang lebih utama untuk dicapai dari pengguna jasa transportasi. Meski begitu, pemilihan terhadap jenis jasa transportasi pada dasarnya tetap memperhatikan permasalahan tarif. Sehingga penetapan tarif yang tinggi pada jasa transportasi tertentu berdampak pada pemilihan penggunaan sarana transportasi. Para pengguna jasa angkutan kota akan memilih menggunakan alternatif transportasi lain yang membutuhkan biaya lebih sedikit.

Menurut Adisastmita (2010) bahwa jasa transportasi yang berkualitas hendaknya memenuhi salah satunya adalah murah (acceptable cost). Dengan kata lain, tarif angkutan tersebut dapat diterima dan masuk akal bagi konsumen untuk membayar pada tingkat tarif tersebut.

Seperti yang dikutip dalam Lupiyoadi, (2013) bahwa manfaat yang dimiliki oleh suatu produk jasa harus dibandingkan dengan berbagai biaya (pengorbanan) yang ditimbulkan dalam mengkonsumsi layanan jasa tersebut. Adanya kesesuaian antara harga dan kualitas produk atau jasa dapat membuat kepuasan bagi konsumen. Apabila kualitas atau manfaat yang diterima konsumen sesuai dengan harga yang dikeluarkan untuk mendapatkan produk tersebut, konsumen akan merasa puas.

2.1.6. Hubungan antara Kecepatan Pelayanan dengan permintaan jasa transportasi (Go-food)

Pelayanan konsumen dikatakan sebagai customer service yaitu sebagai aktifitas diseluruh area bisnis yang berusaha mengkombinasikan antara penjualan jasa untuk memenuhi kepuasan konsumen mulai dari pemesanan, pemrosesan hingga pemberian hasil jasa melalui komunikasi untuk mempererat kerjasama dengan konsumen (Lupiyoadi, 2013). Pelayanan lain yang diberikan adalah dengan memberikan point yang secara langsung diinput ke dalam akun konsumen, yang mana point-point ini dapat digunakan untuk berbagai hal, misalnya sebagai pengganti biaya perjalanan, membeli berbagai bentuk barang yang ditawarkan dan lainya yang besaran point dan nominal yang telah ditentukan.

Kecepatan dalam pelayanan adalah jumlah waktu perjalanan yang terdiri dari waktu perjalanan dari titik asal ke perhentian angkutan umum, waktu menunggu, waktu perjalanan di kendaraan dan waktu menuju ke titik tujuan. Jarak keberangkatan ditentukan oleh kapasitas angkutan kendaraan. Analisis ini adalah menghitung rata-rata kendaraan yang datang pada selang waktu tertentu sehingga dapat memperhitungkan waktu tunggu (Morlok, 2005). Secara umum

pola perjalanan dari pengguna angkutan umum sangat bervariasi terhadap waktu, baik ditinjau dari variasi jam maupun variasi harian dalam seminggu. Mengingat bahwa mayoritas penggunaan angkutan umum adalah kepentingan untuk bekerja, sekolah dan belanja. Maka pola perjalanan dari penggunaan angkutan umum sangat dipengaruhi oleh pola aktivitas kerja, pendidikan maupun belanja.

Kecepatan pelayan ini di maksudkan untuk dapat menggunakan waktu secara efisien. Waktu yang efisien dapat digunakan untuk melakukan berbagai hal yang sifatnya produktif. Pada era modern sekarang ini perusahaan yang mampu menyediakan jasa pelayanan angkutan yang membutuhkan waktu singkat atau efisien akan dilirik oleh masyarakat. Peningkatan ketepatan waktu dapat dilakukan apabila adanya sinergi antara pihak regulator dan operator dengan sistem perencanaan yang baik, menetapkan standar operasional yang tinggi, Ada kecenderungan bahwa semakin meningkatnya permintaan perjalanan yang memperbesar volume perjalanan akan memperbesar tarif perjalanan. Meningkatnya volume perjalanan akan mengakibatkan antrian jadwal perjalanan, waktu pengambilan dan penurunan penumpang, kepadatan lalu lintas dan lainnya.

Kecepatan pelayanan terdapat di dalam kualitas pelayanan. Kecepatan pelayanan, yaitu target waktu pelayanan dapat diselesaikan dalam waktu yang telah ditentukan oleh unit penyelenggara pelayanan. Kecepatan pada umumnya menjadi indikator dari kualitas pelayanan yang kualitas pelayanan itu sendiri dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen. Kecepatan pada dasarnya berarti sebuah satuan dari pergerakan yang dilakukan

oleh seseorang atau suatu hal. Sementara layanan adalah aktivitas ekonomi yang melibatkan sejumlah interaksi dengan konsumen atau dengan barang-barang milik, tetapi tidak menghasilkan transfer kepemilikan. Jadi dapat di artikan kecepatan layanan adalah seberapa cepat aktivitas ekonomi yang dilakukan oleh sebuah organisasi atau perusahaan untuk berinteraksi dengan konsumen dengan barang atau jasa yang diberikan (Tjiptono, 2007).

2.2. Studi Empiris

Riswanda (2019) Melakukan penelitian tentang “Dampak Keberadaan Transportasi Online Terhadap Pendapatan Transportasi Konvensional (Studi Kasus Penarik Becak Di Banda Aceh)” yang menggunakan data primer dengan kuesioner dan interview terhadap 30 responden. Dari penelitian ini didapatkan hasil bahwa terdapat perbedaan tingkat pendapatan dan jumlah pelanggan penarik becak sebelum dan sesudah adanya transportasi online. Hal ini dibuktikan dengan adanya hasil korelasi terhadap jumlah pendapatan berdasarkan output SPSS, diketahui bahwa terdapat perbedaan jumlah pendapatan sebelum dan sesudah adanya transportasi online.

Teknik pengujian data dengan metode Uji t (secara parsial) mendapatkan hasil yaitu jumlah pendapatan para penarik becak dapat dikatakan berkurang setelah adanya transportasi online di kota Banda Aceh. Hasil korelasi antara kedua variabel yang menghasilkan angka 0,496 dengan nilai probabilitas (sig.) 0,000. Hal ini menyatakan bahwa korelasi antara sebelum adanya transportasi online dan sesudah adanya transportasi online berhubungan secara nyata, karena nilai probabilitas < 0,05 lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan jumlah pendapatan sebelum dan sesudah adanya transportasi online.

Saputri (2019) melakukan penelitian tentang “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Grab Semarang” Dalam penelitian ini mencari responden yang sesuai yaitu pernah menggunakan layanan Grab lebih dari tiga kali. Sesuai dengan rumus slovin, dengan populasi sebanyak 105 mahasiswa, maka sampel yang dapat diambil yaitu sebanyak 83 mahasiswa. Teknik sampling yang digunakan adalah non probabilitas (nonprobability) lebih tepatnya purposive sampling.

Hasil analisis regresi secara parsial yang dilakukan didapatkan besarnya pengaruh sebesar 0,659 dengan signifikansinya $0,01 < (\alpha=0,05)$, menunjukkan bahwa variabel Harga berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y). Harga juga mempunyai pengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan. Variabel harga secara parsial berpengaruh positif terhadap variabel loyalitas pelanggan. Besarnya pengaruh yaitu 65,9 persen, yang dimaksudkan jika terdapat kenaikan pada indikator variabel harga, maka loyalitas pelanggan akan mengalami kenaikan sebesar 65,9 persen. Dengan kata lain, semakin baik persepsi pelanggan tentang harga, maka semakin tinggi loyalitas pelanggan untuk menggunakan produk Grab.

Nor, dkk (2018) melakukan penelitian tentang "The Effect Of Service Quality, Price And Trust To Customer Satisfaction Users Of Transportation Services Ojek Online" dengan menggunakan Teknik analisis data regresi berganda yang menyatakan hasil bahwa terdapat pengaruh positif kualitas pelayanan, harga, dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi ojek online Gojek di Kota Semarang. Hal ini dibuktikan dari nilai t hitung sebesar 1,954 dengan nilai signifikansi $0,054 > 0,05$ dan koefisien regresi sebesar 0,073. Untuk nilai t hitung yang sebesar 3,553 mendapat nilai signifikansi

0,001<0,05 dan koefisien regresi sebesar 0,195, untuk nilai t hitung yang sebesar 11,637 mendapat nilai signifikansi 0,000<0,05 dan koefisien regresi sebesar 0,724 dan untuk nilai F hitung sebesar 110,640 dengan signifikansi 0,000<0,05.

Teknik pengujian data dengan metode Uji t (secara parsial) mendapatkan hasil yaitu tidak terdapat pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Untuk Teknik pengujian data dengan metode Uji statistik F mendapatkan hasil yaitu Terdapat pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan kepercayaan secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi ojek online Gojek di Kota Semarang. Untuk Teknik pengujian data dengan metode Koefisien Determinasi (Adjusted R²) mendapatkan hasil yaitu nilai sebesar 0,769. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh variabel kualitas pelayanan, harga, dan kepercayaan sebesar 76,9%, sedangkan sisanya sebesar 23,1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Hamenda (2018) melakukan penelitian tentang “An Integrated Model of Service Quality, Price Fairness, Ethical Practice and Customer Perceived Values for Customer Satisfaction of Sharing Economy Platform”, penelitian ini memanfaatkan parsial kuadrat terkecil, analisis dilakukan dengan 219 survei yang dikumpulkan untuk menguji hubungan yang diusulkan. Terungkap bahwa kualitas layanan, keadilan harga, dan praktik etis dari platform ekonomi berbagi ini secara signifikan berdampak pada kepuasan pelanggan melalui peran penting dari nilai yang dirasakan.

Hasil menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh langsung dan tidak langsung pada kepuasan pelanggan di mana nilai yang dirasakan sebagian antara kualitas layanan dan kepuasan pelanggan. Namun demikian,

keadilan harga dan praktik etika keduanya memengaruhi kepuasan pelanggan secara tidak langsung melalui nilai yang dirasakan pelanggan di mana perannya adalah mediasi lengkap untuk kepuasan pelanggan. Temuan ini juga menunjukkan bahwa perusahaan dapat mengintegrasikan dan memasukkan kualitas layanan, harga, dan etika berlatih dalam rencana strategis mereka untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Selain itu, konsekuensi strategis Temuan ini juga untuk meningkatkan keunggulan kompetitif perusahaan dalam tingkat persaingan yang tinggi dalam mode bisnis ini.

Rendy (2018) melakukan penelitian tentang “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Terhadap Ojek Online (Studi Kasus Pada Go-Jek Di Kota Malang)” Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan layanan jasa ojek online yaitu Go-Jek. Analisis yang dilakukan adalah analisis kuantitatif dengan regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh variabel yang telah ditentukan. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan jasa Go-Jek di Kota Malang dan Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah Purposive Sampling. Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer merupakan sumber-sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber yang asli.

Pada hasil penelitian Analisis Regresi Linear Berganda menunjukkan bahwa variabel pendapatan dari responden yang terjaring dalam sampel penelitian menunjukkan pengaruh positif dan signifikan hal ini sama dengan variabel harga Go-Jek yang menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan ojek online. Jika melihat pendapatan masing-masing responden pada penelitian ini bahwa semakin tinggi pendapatan, maka aktivitas mobilitas nya akan semakin meningkat.

Waruwu (2017) Melakukan penelitian tentang “Analysis Of Motor Sharing (Online Transportation) Customer In Bandung Case Study: Go-Jek In Bandung” Dalam penelitian ini, penulis menggunakan random sampling untuk mendistribusikan kuesioner kepada pengguna GO-JEK di Bandung. Sampel dikumpulkan dari via online. Metode Pengumpulan data ialah data data primer diambil dari kuesioner yang dibagikan kepada pengguna GO-JEK di Bandung. Metode pemilihan responden adalah pengambilan sampel acak. Distribusi proses kuesioner adalah dengan cara mengirimkan tautan kuesioner ke media sosial komunitas Bandung seperti komunitas perguruan tinggi dan banyak organisasi lain terutama bagi mereka yang telah menggunakan GO-JEK di Bandung.

Koefisien Korelasi Variabel Kualitas Layanan Menurut hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan GO-JEK di Bandung memiliki hubungan yang kuat antara satu variabel dengan yang lainnya. Dapat dianggap memiliki hubungan yang signifikan terhadap keandalan (ketepatan, ketepatan waktu pengiriman), dengan tanggung jawab perusahaan untuk menyelesaikan masalah, dengan jaminan (keamanan dan kenyamanan dalam penggunaan), dan dengan kemampuan perusahaan untuk mengetahui spesifik kebutuhan pelanggan dan dapat memberikan kesan yang baik dalam transaksi.

2.3. Kerangka Konseptual

Saat ini transportasi online menjadi kebutuhan dalam menjalani aktifitas sehari-hari contohnya Go-Food (dalam aplikasi Go-jek) yang lagi banyak digunakan masyarakat, saat ini banyaknya pengguna aplikasi gojek sudah mencapai ribuan dimana ketika pengguna banyak yang menggunakan aplikasi tersebut maka perusahaan Gojek sendiri akan semakin diuntungkan.

Dalam kerangka penelitian perlu dijelaskan antara variabel bebas dan variabel terikat. Berdasarkan pada uraian sebelumnya kerangka pikir dalam penelitian ini adalah permintaan jasa Go-food (variabel terikat) yang dipengaruhi oleh Pendapatan, Tarif, dan Kecepatan pelayanan (variabel bebas).

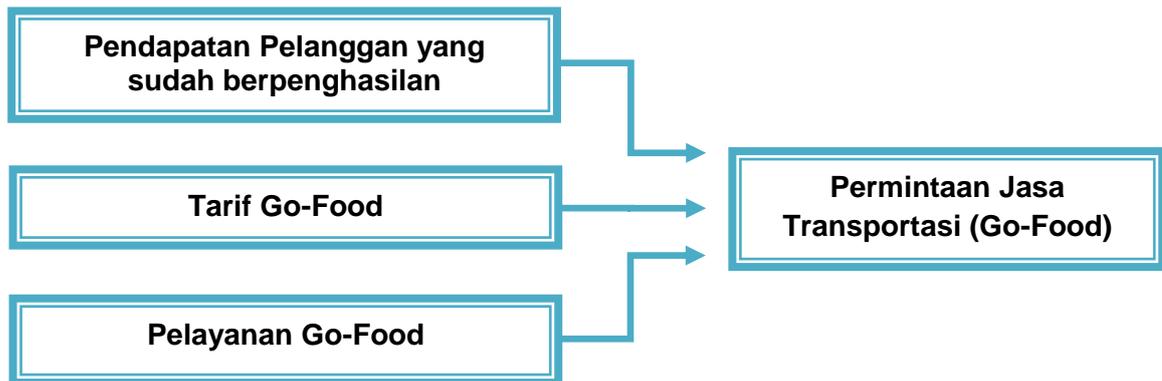
Variabel Pendapatan dimasukkan dalam penelitian karena akan mempengaruhi permintaan. Jika pendapatan responden tinggi maka permintaan jasa Go-food juga akan meningkat, begitu pula sebaliknya jika pendapatan rendah maka permintaan akan berkurang.

Jika variabel tarif yang dikeluarkan tinggi maka responden akan memilih untuk tidak menggunakan jasa Go-food dan apabila tarif menurun maka responden akan menggunakan jasa Go-food. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat tarif berpengaruh terhadap permintaan transportasi, hal ini dibuktikan dengan hukum permintaan dimana pada saat tingkat tarif suatu barang dan jasa turun maka tingkat permintaan barang dan jasa akan mengalami kenaikan begitupun sebaliknya, apalagi jika ada promo maka permintaan akan semakin meningkat.

Variabel Kecepatan pelayanan yaitu target waktu pelayanan dapat diselesaikan dalam waktu yang telah. Kecepatan pada dasarnya berarti sebuah satuan dari pergerakan yang dilakukan oleh seseorang atau suatu hal. Jadi dapat diartikan kecepatan pelayanan adalah seberapa cepat aktivitas ekonomi yang dilakukan oleh sebuah organisasi atau perusahaan untuk berinteraksi dengan konsumen dengan barang atau jasa yang diberikan.

Kerangka pemikiran adalah konsep untuk mengungkapkan dan menentukan persepsi dan keterkaitan antara variabel yang akan diteliti diuraikan dengan kajian teori tersebut. Mengacu pada teori yang ada, maka Analisis permintaan jasa transportasi online di Kota Makassar (Studi Kasus: Go-Food

dalam aplikasi Go-jek) adalah pendapatan, tarif, dan Kecepatan Pelayanan Untuk memudahkan kegiatan penelitian, maka dibuat kerangka pemikiran sebagai berikut:



Gambar 2.1 Bagan Kerangka Pikir Penelitian

2.4. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah jawaban sementara/kesimpulan yang diambil untuk menjawab permasalahan yang diajukan oleh peneliti akan tetapi masih harus diuji secara empiris. Maka akan diajukan hipotesis yaitu : “Diduga Pendapatan, Tarif atau Harga, dan Kecepatan Pelayanan berpengaruh positif terhadap permintaan jasa Go-Food di Kota Makassar”