

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN WISATAWAN MENGGUNAKAN TRANSPORTASI BERBASIS APLIKASI DI PT. GOJEK INDONESIA

Nora Ronia Pangaribuan

Ni Made Sofia Wijaya

Ni Putu Eka Mahadewi

Email : norapangaribuan@gmail.com

PS. S1 Industri Perjalanan Wisata

Fakultas Pariwisata UNUD

ABSTRACT

Nowadays, internet is an essential contribution to tourism development. The internet offers the potential to make the information and booking facilities. It also provides a tool a communication between tourism suppliers, intermediaries, as well as end-consumers. Gojek is one of transport based application that is currently used by tourists to take advantage of low cost offered. The purpose of this research is to determine the affecting and dominant factor in affecting tourist's decision to use GoJek application.

Data were collected through questionnaires, interviews, literature study and documentation. Sample of this research used purposive sampling technique with number of sampling are 100 respondents, focused on tourists who have been using the GoJek application. This research used six factors which consist of seventeen indicators. The results of factors analyzed affecting interpreted as external factors, psychological, internal, motivation and labor saving. The most dominant factor is external consists by a variable reference, cultural, economic, price competition, perception of security and internet trusted. Factors which eliminated in this research is use every time because tourists not necessarily used GoJek application at any time for order transportation while holiday in Bali.

Keywords: *Purchasing Decision, Transportation Applications.*

PENDAHULUAN

Dengan adanya internet, informasi yang dibutuhkan untuk suatu perjalanan wisata dapat diakses dengan mudah terutama dalam bentuk *World Wide Web* atau *Web* serta dapat juga diraih melalui aplikasi-aplikasi yang dapat diunduh di *Playstore* pada *smartphone*. Wisatawan sekarang dapat langsung berhubungan dengan sumber informasi tanpa melalui perantara.

Melalui informasi dari internet, suatu penawaran destinasi dapat sampai ke konsumen yaitu calon wisatawan sendiri. Seiring dengan kemajuan dewasa ini maka internet berkembang pesat sebagai teknologi erat dalam dunia yang menjadi suatu kebutuhan yang mendesak bagi calon wisatawan yang mana wisatawan diberikan

banyak variasi harga dan rekomendasi. Tekanan pada kebutuhan informasi mempercepat perkembangan internet yang mampu menyediakan informasi tanpa dibatasi oleh jarak dan waktu dalam lingkup secara global. Bermodalkan satu *click* pada halaman browser ataupun aplikasi pada *smartphone*, calon wisatawan mampu menemukan informasi tentang satu daerah destinasi.

Keberadaan aplikasi di Indonesia yang kemudian menjadi *trend* yaitu transportasi berbasis aplikasi yang dilirik sebagai model *e-commerce* dikarenakan transportasi sendiri merupakan hal yang dasar untuk kehidupan manusia dalam melakukan perpindahan dari suatu tempat ke tempat lain. Salah satu transportasi berbasis aplikasi yang ada di Indonesia yaitu *GoJek*.

Berdasarkan observasi awal yang dilakukan oleh peneliti melalui wawancara bahwa kepada *driver GoJek* dapat dilihat bahwa wisatawan mulai tertarik menggunakan aplikasi *GoJek* untuk mengantarkannya ke suatu tempat ketika wisatawan tersebut berlibur di Bali. Keberadaan aplikasi *GoJek* menempati posisi pertama sebagai “*Mobile App Ranking*” dengan kategori transportasi di Indonesia. *GoJek* juga mengalahkan posisi transportasi berbasis aplikasi lainnya seperti Grab Taxi dan Uber. Fenomena yang dapat dilihat adalah wisatawan mulai melibatkan keberadaan internet sebagai kebutuhan untuk perjalanan termasuk mencari informasi dan transportasi selama berlibur di Bali.

Adapun penelitian yang dimaksud adalah bertujuan untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi keputusan wisatawan yang mulai ikut menggunakan transportasi berbasis aplikasi *GoJek* untuk memesan transportasi ojek atau sepeda motor.

METODE PENELITIAN

Adapun lokasi penelitian ini dikhususkan di wilayah Kuta. Sedangkan, definisi operasional variabel yang digunakan terdiri dari 6 variabel yang berjumlah 17 indikator yang dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Variabel Yang Digunakan

No	Faktor	Indikator
1.	Faktor Psikologis	a. Persepsi b. Motivasi c. Pembelajaran
2.	Faktor Situasional	a. Sarana b. Penggunaan produk c. Kondisi pembelian
3.	Faktor Sosial	a. Keluarga b. Referensi c. Budaya
4.	Faktor Harga	a. Hemat b. Persaingan harga
5.	Faktor Kepercayaan	a. Persepsi keamanan b. Kepercayaan pada internet c. Kepercayaan pada aplikasi
6.	Faktor Kenyamanan	a. Menghemat waktu b. Menghemat tenaga c. Berbelanja setiap waktu

Sumber: Sangadji dkk, 2013 dan Hasslinger et.al, 2007

Pada Tabel 1 ini digunakan variabel untuk mengukur faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan wisatawan untuk menggunakan transportasi berbasis aplikasi *GoJek*. Jenis data yang digunakan yakni data deskriptif kuantitatif. Sedangkan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner yang disebar di daerah Kuta Bali, studi kepustakaan melalui berbagai literatur, buku, jurnal dan penelitian sebelumnya, wawancara tidak disengaja sebelum penelitian kepada *driver GoJek* yang melatarbelakangi penelitian ini serta untuk mengetahui operasional dari *Go-Drive*. Selain itu, terdapat pula wawancara kepada responden untuk memperkuat hasil analisis faktor dan teknik dokumentasi dengan mendokumentasikan beberapa foto untuk melihat situasi *GoJek* ketika membawa penumpang, ketika melakukan penelitian baik wawancara ataupun pengisian kuesioner. Untuk mengolah data kuesioner yang didapatkan, maka dilakukan proses uji validitas, uji realibilitas dan analisis faktor yang dilakukan pada program *SPSS 16.0 for Windows*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

PT. *GoJek* Indonesia merupakan perusahaan aplikasi sosial *entrepreneurship* yang akrab dikenal dengan sebutan *GoJek*. *GoJek* mulai beroperasi pada tahun 2015 di Pulau Bali. *GoJek* sendiri memiliki 12 fitur layanan jasa yang dapat digunakan pada aplikasinya dan salah satunya yaitu fitur *Go-Ride*.

Go-Ride merupakan fitur dari *GoJek* yang berfungsi untuk memesan transportasi sepeda motor atau ojek. Fitur *Go-Ride* akan menghubungkan *driver* dengan wisatawan yang hendak melakukan perjalanan dengan maksimal jarak tempuh 25 km.

Penelitian ini didasarkan pada 100 responden dengan menggunakan kuesioner yang diberikan pada wisatawan yang sudah menggunakan *GoJek* di Kuta, Bali.

Responden berdasarkan jenis kelamin didominasi dengan laki-laki sebanyak 57%, berdasarkan usia didominasi dengan usia 26-35 tahun, berdasarkan daerah asal didominasi dengan wisatawan dari Indonesia atau wisatawan domestik sebanyak 85%, berdasarkan pekerjaan didominasi dengan pelajar/mahasiswa sebesar 35%, dan berdasarkan pengorganisasian perjalanan

didominasi dengan individual/sendiri sebesar 71%.

Hasil uji validitas menyatakan bahwa 17 indikator dinyatakan valid. Hasil uji realibilitas dalam penelitian ini memiliki *Guttman Split-Half Coefficient* sebesar 0,907 sehingga dapat dikatakan realibel.

Proses awal dalam analisis faktor yaitu menentukan jumlah indikator yaitu 17 indikator. Proses selanjutnya yaitu uji kelayakan variabel. Nilai Bartlett Test of Sphericity yang diperoleh adalah 575.974 dengan signifikansi 0,000. Ini menunjukkan bahwa peluang terjadi kesalahan untuk variabel tidak independent sebesar 0% dengan demikian variabel memiliki korelasi. Sedangkan, nilai Uji Kaiser Mayer Olkin (KMO) sebesar 0,802 yang menunjukkan syarat dapat dilanjutkan ke tahap selanjutnya.

Uji Measure Of Sampling Aseaquancy (MSA) merupakan proses selanjutnya. Nilai MSA harus lebih besar dari 0,5 dan semua indikator dinyatakan dapat diproses ke tahap selanjutnya. Selanjutnya proses faktor yang terbentuk sebanyak 5 faktor dengan nilai total *cumulative of variance* sebesar 63,057%, hal ini menunjukkan bahwa kelima faktor tersebut menjelaskan 63,057% total varian variabel yang mempengaruhi keputusan wisatawan menggunakan transportasi berbasis aplikasi yaitu *GoJek*.

Selanjutnya proses rotasi faktor yang memiliki syarat *factor loading* > 0,5. Dari ketujuh belas indikator maka terdapat satu indikator yang tereliminasi.

Kelima faktor yang digunakan kemudian diinterpretasikan. Faktor 1 diberi nama faktor eksternal yang memiliki nilai *eigenvalue* sebesar 5,547 terdiri dari indikator referensi, budaya, hemat, persaingan harga, persepsi keamanan, dan kepercayaan pada internet.. Faktor 2 diberi nama faktor psikologis yang memiliki nilai *eigenvalue* sebesar 1,519 terdiri dari indikator persepsi, pembelajaran dan sarana.. Faktor 3 diberi nama faktor internal yang memiliki nilai *eigenvalue* sebesar 1,410 terdiri dari indikator penggunaan produk, kondisi pembelian, dan keluarga.. Faktor 4 diberi nama faktor motivasi yang memiliki nilai *eigenvalue* sebesar 1,226 terdiri dari indikator motivasi, kepercayaan pada aplikasi, dan menghemat waktu.. Faktor 5 diberi nama faktor menghemat tenaga yang memiliki nilai *eigenvalue* sebesar 1,016 terdiri indikator menghemat waktu sendiri.

Karakteristik responden dibagi menjadi karakteristik berdasarkan jenis kelamin, usia, daerah asal, pekerjaan dan pengorganisasian perjalanan. Angka yang ditampilkan berdasarkan karakteristik jenis kelamin tidak memiliki banyak perbedaan dan cukup berimbang karena hanya terdapat selisih sedikit perbedaan antara responden laki-laki dan perempuan. Hal ini menunjukkan laki-laki dan perempuan memiliki ketertarikan yang sama untuk menggunakan aplikasi *GoJek*. Karakteristik berdasarkan usia didominasi dengan usia 26-35 yang menunjukkan bahwa pada kategori usia produktif. Karakteristik berdasarkan daerah asal didominasi dengan wisatawan domestik dari berbagai daerah dikarenakan *GoJek* sendiri merupakan aplikasi yang hanya beroperasi di Indonesia dan *GoJek* sendiri merupakan aplikasi yang berasal dari Indonesia. Karakteristik berdasarkan pekerjaan didominasi dengan wisatawan yang bekerja sebagai pelajar/mahasiswa. Hal ini dikarenakan pelajar/mahasiswa cenderung menginginkan hal-hal yang lebih murah karena sebagian besar pelajar/mahasiswa belum memiliki penghasilan tetap. *GoJek* menawarkan harga yang lebih ekonomis dibandingkan transportasi wisata lainnya. Karakteristik wisatawan berdasarkan pengorganisasian perjalanan didominasi dengan perjalanan yang dilakukan sendiri/individual. hal ini disebabkan karena perjalanan dengan pengorganisasian sendiri lebih fleksibel dan tidak memiliki panduan perjalanan sehingga wisatawan dengan pengorganisasian sendiri dapat memenuhi perjalanannya baik ke destinasi wisata atau ke tempat lainnya dengan menggunakan fitur *Go-Ride* pada aplikasi *GoJek*.

Hasil dari analisis data menggunakan analisis faktor dari program SPSS maka didapatkan hasil yang menunjukkan data bahwa dari 6 (enam) faktor awal dengan total 17 indikator tersebut diatas, maka diperoleh lima faktor terbentuk yang mempengaruhi keputusan wisatawan menggunakan aplikasi *GoJek* yaitu : pertama, faktor eksternal yang terdiri dari variabel referensi, budaya, hemat, persaingan harga, persepsi keamanan, dan kepercayaan pada internet. Kedua, faktor psikologis yang terdiri dari variabel persepsi, pembelajaran dan sarana. Ketiga, faktor internal yang terdiri dari variabel penggunaan produk, kondisi pembelian, dan keluarga. Keempat, faktor motivasi yang terdiri dari

motivasi, kepercayaan pada aplikasi, dan menghemat waktu. Kelima, faktor menghemat tenaga yang terdiri dari faktor menghemat tenaga itu sendiri.

Dalam 17 indikator yang diuji melalui analisis faktor maka, terdapat satu faktor yang tereliminasi yaitu faktor berbelanja setiap waktu. Hal ini dikarenakan nilai faktor loading yang $< 0,5$ sehingga total indikator yang mempengaruhi keputusan wisatawan untuk menggunakan aplikasi *GoJek* berjumlah enam belas.

Berdasarkan hasil penelitian maka yang menjadi faktor utama yang paling dominan dalam mempengaruhinya yaitu faktor eksternal. Hasil penelitian ini dikuatkan dengan hasil wawancara yang menyatakan bahwa wisatawan menggunakan aplikasi *GoJek* karena sudah mendapatkan referensi dari teman atau kenalan yang sudah pernah menggunakan *GoJek* baik di Bali ataupun luar Bali. Terdapat juga alasan budaya yang sudah terbiasa dalam memesan atau membeli secara online. Faktor persaingan harga juga merupakan faktor yang mempengaruhi karena wisatawan merasa lebih murah menggunakan *GoJek* dibandingkan ojek-ojek pangkalan ataupun taksi. Wisatawan lebih menyukai harga yang pasti yang ditampilkan aplikasi *GoJek* daripada harus tawar-menawar pada ojek-ojek pangkalan dengan harga yang tidak pasti.

Selain itu, variabel persepsi keamanan dan kepercayaan terhadap internet merupakan variabel yang penting bagi wisatawan, karena wisatawan merasa aman ketika memesan *GoJek* yang mana identitas dari *driver* dapat diketahui pada aplikasi dan berada pada naungan perusahaan yang jelas dan terdaftar dan wisatawan dapat memberikan penilaian dan komentar pada layanan *driver* sesudah menggunakan aplikasi *GoJek*. Dari kelima faktor tersebut, faktor yang dominan dalam memberikan kontribusi menentukan keputusan konsumen memesan *GoJek* di Bali adalah faktor yang terbentuk dengan nilai faktor loading tertinggi dari kelima faktor terbentuk. Adapun faktor eksternal terdiri dari variabel referensi, budaya, hemat, persaingan harga, persepsi keamanan, dan kepercayaan pada internet.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan terkait faktor-faktor yang mempengaruhi wisatawan menggunakan aplikasi *GoJek* maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan wisatawan menggunakan aplikasi *GoJek* terdiri dari 5 (lima) faktor yaitu:
 - a. Faktor eksternal terdiri dari variable referensi, budaya, hemat, persaingan harga, persepsi keamanan, dan kepercayaan pada internet.
 - b. Faktor psikologis terdiri dari variabel persepsi, pembelajaran dan sarana
 - c. Faktor internal terdiri dari variabel penggunaan produk, kondisi pembelian, dan keluarga.
 - d. Faktor motivasi terdiri dari motivasi, kepercayaan pada aplikasi, dan menghemat waktu.
 - e. Faktor menghemat tenaga hanya memiliki 1 variabel saja yaitu variabel menghemat tenaga tersebut.
2. Faktor yang memiliki kontribusi paling besar dalam mempengaruhi keputusan wisatawan menggunakan *GoJek* adalah faktor pertama yakni faktor eksternal.

Saran

1. Bagi PT.Gojek Indonesia, agar tetap menjaga dan mempertahankan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan wisatawan untuk menjaga kepercayaan wisatawan. Selain itu, PT.Gojek Indonesia juga harus memperhatikan salah satu indikator yang tereliminasi karena nilai *eigenvalue* rendah yaitu faktor berbelanja setiap waktu untuk dapat menentukan strategi ke depannya agar wisatawan lebih sering menggunakan *GoJek*.
2. Bagi peneliti selanjutnya, terdapat beberapa saran yaitu menambahkan kuota *sampling* pada penelitian, menambah identitas responden agar karakteristik pengguna *GoJek* dapat diketahui secara spesifik serta membedakan hasil data antara wisatawan asing dan wisatawan domestik untuk dapat melihat jika terdapat perbedaan antara penilaian

wisatawan asing dan wisatawan domestik.

DAFTAR PUSTAKA

- Anonim. 2016. *Mobile App Rangking*.
<https://similiarweb/Gojek>. Diakses pada
5 April 2016.
- _____. 2016. *Layanan Go-Ride*.
<https://www.go-jek.com>. Diakses 2
Agustus 2016.
- Hasslinger, Anders et al. 2007. *Consumer
Behaviour In Online Shopping*.
Kristianstad University.
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. 2014.
Perilaku Konsumen (Yogyakarta, Andi
Offset).