

## Persepsi Pengguna Ojek *Online* di Masa Pandemi Covid-19 dengan Metode Analisis Faktor Eksploratori

Muhammad Rezki Ian<sup>1\*</sup>, Muhammad Zudhy Irawan<sup>2</sup>, Siti Malkhamah<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Mahasiswa Magister Sistem dan Teknik Transpotasi-Universitas Gadjah Mada

<sup>2,3</sup>Dosen Magister Sistem dan Teknik Transpotasi-Universitas Gadjah Mada

\*email: rezki.ian94@mail.ugm.ac.id

### Abstract

The COVID-19 pandemic has had a major impact, forcing Motorcycle-Based-Ride-Hailing (MBRH) service companies to maintain service quality that is adjusted to health regulations and protocols in order to suppress the spread of the virus. This affects people's perceptions and behavior in using online motorcycle taxi transportation. This study aims to analyze perceptions and behaviors so that it can be seen the factors that influence the use of MBRH during the COVID-19 pandemic. Data collection using an online form with convenience sampling method and the analytical method used is Exploratory Factor Analysis (EFA). Based on the results of this study, there were 6 factors that influenced the use of Motorcycle-Based-Ride-Hailing (MBRH) during the pandemic, namely health protocol factors, safety, willingness, health services, performance MBRH and satisfaction of freight users.

Keywords: Perception, Behavior, Online Ojek, Exploratory factor analysis

### Abstrak

Pandemi COVID-19 memberikan dampak yang besar sehingga memaksa perusahaan penyedia jasa ojek *online* untuk tetap menjaga kualitas pelayanan yang disesuaikan dengan peraturan dan protokol kesehatan agar dapat menekan laju penyebaran virus. Hal tersebut mempengaruhi persepsi dan perilaku masyarakat dalam menggunakan transportasi ojek *online*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi dan perilaku sehingga dapat diketahui faktor yang mempengaruhi penggunaan ojek *online* di masa pandemi COVID-19. Pengambilan data menggunakan formulir *online* dengan metode *convenience sampling* dan metode analisis yang digunakan adalah *Exploratory Factor Analysis* (EFA). Berdasarkan hasil penelitian ini diperoleh 6 faktor yang mempengaruhi penggunaan ojek *online* di masa pandemi yaitu faktor protokol kesehatan, keselamatan, kemauan, layanan kesehatan, kinerja ojek *online* dan kepuasan pengguna angkutan barang.

Kata kunci: Persepsi, Perilaku, Ojek *Online*, *Exploratory factor analysis*

### Pendahuluan

Penularan COVID-19 yang sangat tinggi memberikan rasa cemas kepada masyarakat oleh karena itu, pemerintah selaku pembuat kebijakan mengeluarkan beberapa peraturan sebagai upaya mengurangi penyebaran virus COVID-19. Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat Level 4, Level 3, Level 2 Corona Virus Disease 2019 di Wilayah Jawa dan Bali pada wilayah Jawa dan Bali dengan memberikan kriteria level situasi pandemi pada setiap wilayah berdasarkan data penyebaran COVID-19 [1]. Daerah Istimewa Yogyakarta berada pada kriteria level 4, dimana kriteria ini transportasi umum dibatasi dengan pengaturan kapasitas maksimal 50% dengan menerapkan protokol kesehatan yang ketat.

Kebijakan pemerintah seperti himbuan untuk jaga jarak, PSBB, PPKM Mikro, PPKM darurat, sampai PPKM level 1 - 4, memberikan pengaruh besar terhadap pemilihan moda ojek *online*. Kondisi ini memaksa perusahaan ojek *online* untuk tetap menjaga kualitas pelayanan dengan menerapkan beberapa peraturan baru dan protokol kesehatan sehingga dapat menekan laju penyebaran virus. Perubahan tersebut mempengaruhi persepsi dan perilaku masyarakat dalam menggunakan moda transportasi ojek *online*. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor persepsi dan perilaku pengguna ojek *online* di masa pandemi COVID-19.

## Tinjauan Pustaka

### 2.1 *Persepsi Pengguna transportasi*

Persepsi kualitas transportasi umum dapat diketahui melalui beberapa variabel berikut yaitu Kenyamanan, meliputi bentuk moda, fungsi dan fasilitas, jangkauan, pelayanan petugas, tempat duduk, serta interior. Keandalan, meliputi ketersediaan transportasi dan ketepatan waktu. Keamanan, meliputi kemandirian dari kemungkinan terjadinya kecelakaan dan keamanan dari terjadinya tindak kejahatan. Waktu, meliputi jarak kedatangan dan waktu perjalanan. Biaya, meliputi jumlah harga yang harus dikeluarkan oleh pengguna. [2]. Pengguna transportasi umum di masa pandemi COVID-19 lebih memprioritaskan faktor-faktor, seperti keselamatan dan keamanan, kebersihan, masalah infeksi, jarak sosial, penumpang dengan masker, sistem tarif prabayar *online*, layanan door-to-door selama pandemi. Sebaliknya, mereka kurang memprioritaskan kenyamanan, biaya, dan penghematan waktu perjalanan selama pandemi. Ini menunjukkan bahwa faktor-faktor yang terkait dengan risiko infeksi (seperti yang dipersepsikan oleh masyarakat) menjadi menonjol ketika memilih moda perjalanan selama pandemi [3].

### 2.2 *Pelayanan Ojek Online.*

Penggunaan sepeda motor yang digunakan untuk kepentingan masyarakat wajib memenuhi aspek : Keselamatan, Keamanan, Kenyamanan, Keterjangkauan, dan Keteraturan. [4]. Pelayanan transportasi ojek *online* sepeda motor untuk tujuan melayani kepentingan masyarakat dan untuk kepentingan pribadi, dapat mengangkut penumpang dengan ketentuan harus memenuhi protokol kesehatan yaitu Aktivitas lain yang diperbolehkan selama Pembatasan Sosial Berskala Besar, melakukan disinfeksi kendaraan dan perlengkapan sebelum dan setelah selesai digunakan, menggunakan masker dan sarung tangan serta tidak berkendara jika sedang mengalami suhu badan di atas normal atau sakit [5]. Standart operasional sepeda motor dengan aplikasi berbasis teknologi yaitu Perusahaan aplikasi menyediakan pos kesehatan di beberapa tempat dengan menyediakan disinfektan, hand sanitizer dan pengukur suhu; Perusahaan aplikasi disarankan untuk menyediakan penyekat antara penumpang dan pengemudi; Perusahaan aplikasi menyediakan tutup kepala jika helm dari pengemudi; Pengemudi disarankan membawa helm sendiri dan melaksanakan protokol kesehatan lainnya; dan Pengemudi disarankan menggunakan masker, sarung tangan, jaket lengan panjang dan hand sanitizer [6].

Indikator Persepsi pengguna jasa pelayanan transportasi barang berbasis *Online* terhadap kualitas pelayanan adalah perilaku kurir, waktu pick-up barang, pengiriman tepat waktu, tarif sesuai dengan jenis barang, tarif sesuai dengan tempat tujuan dan ada potongan harga atau diskon [7].

### 2.3 *Exploratory Factor Analysis*

Analisis faktor bertujuan untuk menemukan variabel baru yang disebut faktor yang jumlahnya lebih sedikit dibandingkan dengan jumlah variabel asli, misalnya dari 10 variabel (asli) diubah menjadi hanya 3 variabel atau 5 variabel baru, yang tidak berkorelasi satu sama lainnya, variabel baru tersebut memuat sebanyak mungkin informasi yang terkandung di dalam variabel asli. Di dalam proses mereduksi jumlah variabel, informasi yang hilang harus seminimum mungkin [8]. Adapun tahapan-tahapan analisis faktor yaitu :

1. Asumsi korelasi yang meliputi: Besar korelasi antar variabel independent harus cukup kuat atau di atas 0,5; Besar korelasi parsial yaitu korelasi antar dua variabel dengan menganggap tetap variabel lain, justru harus kecil atau mendekati nol; Uji hipotesis bahwa matriks korelasi adalah bukan matriks identitas, dengan menggunakan *Barlett's Test of Sphericity*. Nilai

signifikansi yang diperoleh *Barlett's Test of Sphericity* harus lebih kecil dari 0,05 ( $\text{sig} < 0.05$ ) [9].

2. Asumsi ukuran kecukupan sampling yang diuji dengan *Kaiser-Meyer Olkin* (KMO) dan *Measure of Sampling Adequacy* (MSA). KMO digunakan untuk mengetahui apakah data observasi yang ada tersebut layak dianalisis lebih lanjut dengan analisis faktor atau tidak. Syarat untuk dapat melakukan analisis faktor adalah data dari peubah-peubah yang dianalisis harus memiliki nilai statistik KMO minimal sebesar 0,5. [10]

3. Penentuan Model ekstraksi dan jumlah faktor.

Model ekstraksi analisis faktor terbagi menjadi 2 yaitu metode analisis utama (*Principal Component Analysis*) dan metode analisis faktor umum (*Common Factor Analysis*). Analisis komponen utama merupakan suatu teknik analisis untuk mentransformasi variabel-variabel asli yang masih saling berkorelasi satu dengan yang lain menjadi satu himpunan variabel baru yang tidak berkorelasi lagi. Variabel-variabel baru itu disebut sebagai komponen utama (*Principal Component*) [11]. Prosedur untuk menentukan jumlah faktor yang akan disarikan (*extracted*) di dalam analisis faktor yaitu :

1) Penentuan *Apriori*

Jumlah faktor yang diekstrak ditentukan berdasarkan teori, hipotesis maupun penelitian sebelumnya.

2) Kriteria akar ciri (eigen value)

Dalam pendekatan dengan kriteria ini, hanya faktor yang memiliki akar ciri lebih dari satu yang dianggap signifikan dan diikutsertakan di dalam model faktor.

3) Kriteria persentase keragaman

Kriteria ini menentukan banyaknya faktor yang diekstrak berdasarkan kumulatif persentase keragaman yang dijelaskan oleh faktor berurutan mencapai suatu level tertentu yang memuaskan.

4) Kriteria Uji *Scree*

Kriteria ini digunakan untuk menentukan sejumlah faktor yang optimum, dengan membuat *scree plot* yaitu kurva yang diperoleh dengan membuat plot antara faktor (sebagai sumbu horizontal) dengan akar cirinya (sebagai sumbu vertikal). Kemudian ketajaman kurva dilihat untuk menentukan titik keluaran (*out of points*) yaitu ketika kurva mulai menyerupai garis horizontal [10]

4. Metode Rotasi dan Interpretasi matrik faktor

Dua metode rotasi dalam analisis faktor yaitu Rotasi ortogonal merupakan rotasi yang dilakukan dengan mempertahankan sumbu secara tegak lurus satu dengan yang lainnya. Dengan melakukan rotasi ini, maka setiap faktor independen terhadap faktor lain karena sumbunya saling tegak lurus. Rotasi ortogonal digunakan bila analisis bertujuan untuk mereduksi jumlah variabel tanpa mempertimbangkan seberapa berartinya faktor yang diekstraksi. Sedangkan prosedur perotasian oblique tidak mempertahankan sumbu tegak lurus lagi. Dengan rotasi ini maka korelasi antar faktor masih diperhitungkan karena sumbu faktor tidak saling tegak lurus satu dengan yang lainnya. Rotasi oblique digunakan untuk memperoleh jumlah faktor yang secara teoritis cukup berarti [12] Langkah-langkah interpretasi matriks faktor yaitu memeriksa faktor *loading* terbesar untuk setiap variabel, mengidentifikasi faktor *loading* terbesar untuk setiap variabel, menggabungkan variabel ke dalam faktor. Apabila variabel dengan faktor *loading* terbesar terjadi pada faktor 1, maka variabel tersebut digabungkan ke dalam faktor 1, menghapus variabel apabila faktor *loading* variabel signifikansi pada beberapa faktor dan nilai komunalitas variabel lebih kecil dari 0.5, kemudian memberikan

nama atau label pada faktor terbentuk yang mencerminkan arti gabungan dari variabel-variabel penyusunnya [9]

## Metode Penelitian

### 3.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di 3 wilayah di Daerah Istimewa Yogyakarta yaitu Kabupaten Sleman, Kabupaten Bantul dan Kota Yogyakarta.

### 3.2 Data Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan data primer melalui Kuesioner borang daring yang disebar dengan metode penyebaran *convenience sampling*. Kuesioner tersebut diisi oleh masyarakat yang pernah menggunakan ojek *online* selama masa pandemi COVID-19.

### 3.3 Metode Analisis

Metode analisis yang digunakan adalah metode *Exploratory Factor Analysis*. Besar korelasi antar variable independent di atas 0,5; Besar korelasi parsial harus kecil atau mendekati nol; Nilai signifikansi yang diperoleh *Barlett's Test of Sphericity* harus lebih kecil dari 0,05 (sig < 0.05). Asumsi ukuran kecukupan sampling yang diuji dengan *Kaiser-Meyer Olkin* (KMO) dan *Measure of Sampling Adequacy* (MSA) dengan nilai signifikansi lebih besar dari 0,5 (sig.>0,5). Metode ekstraksi menggunakan metode komponen utama (*Principal Component Analysis*). Komunalitas (*Communalities*) menunjukkan seberapa besar keragaman variable asal, dan dapat menjelaskan minimal 50% keragaman data variable asal sehingga nilai signifikansi dari komunalitas yaitu lebih besar dari 0,5 (Sig.>0,5). Metode Rotasi menggunakan metode orthogonal dengan teknik *varimax*. Teknik *varimax* mencoba menghasilkan nilai *factor loading* yang besar atau faktor lainnya sekecil mungkin. Signifikansi *factor loading* dengan level signifikansi ( $\alpha$ ) 0,05 berdasarkan ukuran sampel sebesar 412 sampel sehingga diperoleh signifikansinya *factor loading* yaitu 0,30, Jika satu variabel memiliki lebih dari satu faktor *loading* (*cross-loading*) maka variabel tersebut dikeluarkan dari analisis dan dilakukan analisis ulang dengan tidak memasukkan variabel yang memiliki *cross-loading*. Setelah memperoleh faktor-faktor baru, kemudian faktor tersebut diberikan nama sesuai karakteristik dan sifat dari variabel-variabel pada faktor.

## 4 Hasil dan Pembahasan

Variabel pada penelitian ini terdiri dari 22 variabel. Variabel ini kemudian dianalisis sehingga diperoleh faktor-faktor baru.

### 4.1 Asumsi korelasi dan Kecukupan sampling

Nilai *determinant of correlation matrix* pada penelitian ini yaitu  $2,869 \times 10^{-5}$ , nilai tersebut mendekati nilai 0 sehingga dapat dikatakan matriks korelasi antar variabel saling terkait. Sedangkan untuk menguji matriks korelasi adalah bukan matriks identitas, digunakan *Barlett's Test of Sphericity*. Nilai signifikansi pada Tabel 4.1 diperoleh *Barlett's Test of Sphericity* harus lebih kecil dari 0,05 (sig < 0.05). Pada penelitian ini diperoleh nilai *Barlett's Test of Sphericity* yaitu 0,000.

Tabel 4.1 Hasil Uji KMO dan Uji Bartlett

<i>Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy</i>		0,886
<i>Bartlett's Test of Sphericity</i>	<i>Approx. Chi-Square</i>	4213,232
	<i>Df</i>	231
	<i>Sig.</i>	0,000

Sumber : Hasil pengolahan data

Kecukupan sampling menggunakan Uji *Kaiser-Meyer Olkin* (KMO) dengan signifikansi lebih besar 0,5. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nilai KMO yaitu sebesar 0,886. hal tersebut menunjukkan bahwa nilai KMO telah memenuhi persyaratan signifikansi lebih besar dari 0,5 ( $0,886 > 0,5$ ). Untuk menilai kecukupan sampling pada masing-masing variabel diperoleh melalui uji MSA dengan signifikansi lebih besar dari 0,5 (Sig.  $> 0,5$ ). Tabel 4.2 pada uji *Measure of Sampling Adequacy* (MSA) diketahui bahwa semua variabel memenuhi signifikansi lebih dari 0,5. Dengan demikian berdasarkan Uji KMO dan MSA, data observasi layak untuk dianalisis lebih lanjut dengan menggunakan analisis faktor.

Tabel 4.2 Nilai *Measure of Sampling Adequacy* (MSA) dan Komunalitas

Variabel	<i>anti-image correlation matriks</i>	<i>Communalities</i>
X3	0.797	0,697
X6	0.805	0,705
X7	0.925	0,530
X8	0.918	0,753
X9	0.902	0,749
X10	0.908	0,738
X15	0.870	0,691
X16	0.874	0,706
X18	0.872	0,706
X19	0.885	0,656
X21	0.770	0,710
X22	0.768	0,624
X35	0.911	0,696
X36	0.863	0,742
X37	0.889	0,622
X40	0.891	0,682
X41	0.891	0,659
X42	0.933	0,541
X44	0.887	0,597
X45	0.896	0,595
X46	0.852	0,728
X47	0.913	0,671

Sumber : Hasil pengolahan data

## 4.2 Model Ekstraksi dan Jumlah Faktor

Model Ekstraksi yang digunakan adalah metode *Principal Component Analysis*. Metode ini merupakan suatu teknik analisis untuk mentransformasi variabel-variabel asli yang masih saling berkorelasi satu dengan yang lain menjadi satu himpunan variabel baru yang tidak berkorelasi lagi [11]. Komunalitas (*Communalities*) menunjukkan seberapa besar keragaman variable asal, dan dapat menjelaskan minimal 50% keragaman data variable asal sehingga nilai signifikansi dari komunalitas yaitu lebih besar dari 0,5 (Sig. $>0,5$ ). [13]. Nilai komunalitas pada penelitian pada Tabel 4.2 menunjukkan bahwa semua variabel memenuhi syarat komunalitas sehingga semua variabel dapat menjelaskan minimal 50% keragaman data.

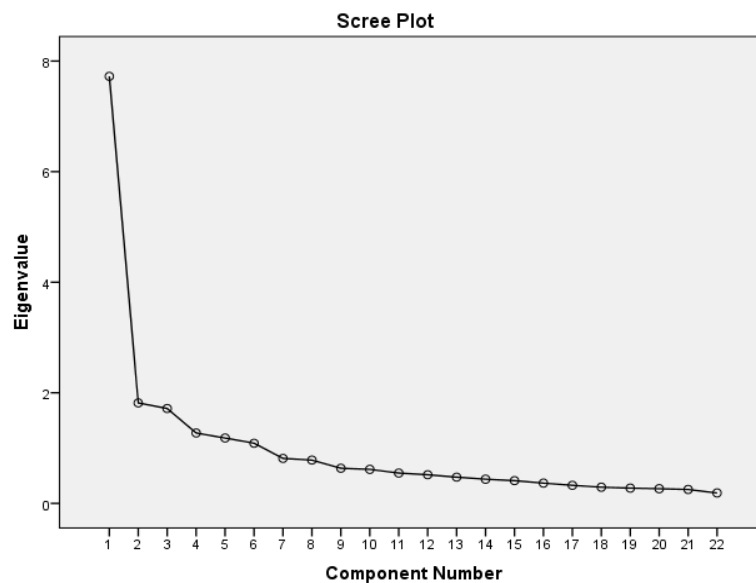
Penentuan jumlah faktor diperoleh melalui 3 kriteria yaitu Kriteria akar ciri (eigen value), Kriteria persentase keragaman dan kriteria uji *Scree plot*. Kriteria akar ciri berdasarkan nilai eigen yang lebih besar dari 1 yaitu terdapat pada *component* 1 sampai 6 sehingga jumlah faktor yang terbentuk yaitu 6 faktor. Kriteria persentase keragaman pada Tabel 4.3 jika diinterpretasikan yaitu jika 22 variabel diekstraksi menjadi 6 faktor maka nilai total variansi yang dapat dijelaskan adalah  $1,088 / 22 \times 100\% = 4,945\%$  dan nilai kumulatif untuk 6 faktor yaitu 67,268%. Kriteria Uji *Scree plot* yaitu kurva yang diperoleh dengan membuat plot antara faktor (sebagai sumbu horizontal) dengan nilai eigen (sebagai sumbu vertikal) kemudian ketajaman kurva dilihat untuk menentukan titik keluaran (*out of points*) yaitu ketika kurva mulai

menyerupai garis horizontal. Pada Gambar 4.1 *scree plot* mulai menyerupai garis horizontal setelah *Component Number* titik ke 6.

Tabel 4.3 *Total Variance Explained*

<i>Component</i>	<i>Initial Eigenvalues</i>			<i>Extraction Sums of Squared Loadings</i>		
	<i>Total</i>	<i>% of Variance</i>	<i>Cumulative %</i>	<i>Total</i>	<i>% of Variance</i>	<i>Cumulative %</i>
1	7,724	35,107	35,107	7,724	35,107	35,107
2	1,817	8,258	43,365	1,817	8,258	43,365
3	1,716	7,799	51,164	1,716	7,799	51,164
4	1,273	5,787	56,951	1,273	5,787	56,951
5	1,182	5,372	62,323	1,182	5,372	62,323
6	1,088	4,945	67,268	1,088	4,945	67,268
7	0,814	3,701	70,969			
8	0,783	3,559	74,528			
9	0,635	2,887	77,415			
10	0,615	2,795	80,210			
11	0,548	2,490	82,701			
12	0,518	2,355	85,056			
13	0,474	2,153	87,209			
14	0,438	1,991	89,199			
15	0,411	1,869	91,068			
16	0,366	1,664	92,732			
17	0,326	1,482	94,214			
18	0,292	1,329	95,542			
19	0,276	1,254	96,796			
20	0,265	1,204	98,001			
21	0,252	1,143	99,144			
22	0,188	0,856	100,000			

Sumber : Hasil pengolahan data



Gambar 4.1 *Scree Plot*

Sumber : Hasil pengolahan data



### 4.3 Rotasi dan Interpretasi Faktor

Rotasi faktor bertujuan agar tercapainya kesederhanaan terhadap faktor dan mendapatkan faktor-faktor dengan faktor *loading* yang cukup jelas sehingga meningkatkan kemampuan dan kemudahan dalam menginterpretasikannya. Pada Tabel 4.4 *rotated component matrix* menunjukkan matriks korelasi yang memperlihatkan distribusi variabel yang lebih jelas dan nyata.

Tabel 4.4 *rotated component matrix*

	Component					
	1	2	3	4	5	6
X36	0,807					
X40	0,756					
X35	0,747					
X41	0,745					
X37	0,720					
X46		0,807				
X44		0,744				
X47		0,738				
X45		0,698				
X42		0,549				
X15			0,756			
X16			0,755			
X18			0,745			
X19			0,727			
X9				0,797		
X8				0,767		
X10				0,764		
X7				0,657		
X21					0,808	
X22					0,744	
X6						0,802
X3						0,784

*Sumber : Hasil pengolahan data*

Berdasarkan Tabel 4.4 menjelaskan nilai *factor loading* untuk setiap faktor. Nilai *factor loading* untuk setiap variabel hanya memiliki 1 *factor loading* atau dengan kata lain tidak terjadi *cross-loading* pada setiap variabel. Berdasarkan hasil rotasi diketahui bahwa terbentuk 6 faktor dari 22 variabel. 6 faktor tersebut kemudian di interpretasikan dengan memberikan penamaan pada faktor yang terbentuk berdasarkan kesamaan karakteristik dari variabel yang terdapat dalam faktor tersebut.

Interpretasi dari 6 faktor adalah sebagai berikut:

Faktor 1 terdiri variabel:

- a) Waktu yang singkat untuk menerima atau mengambil barang dari petugas. (X36)
- b) Potongan harga pada ongkos kirim barang. (X40)
- c) Sikap dan perilaku petugas yang ramah dan sopan serta menerapkan protokol kesehatan (X35)
- d) Sikap pengguna yang merasa rela atau tidak terpaksa saat menggunakan ojek *online*. (X41)
- e) Waktu yang dibutuhkan untuk mengantar barang sesuai pada aplikasi layanan. (X37)

Berdasarkan karakteristik setiap variabel diketahui bahwa semua variabel terkait dengan angkutan barang yang digunakan oleh pengguna ojek *online*, sehingga faktor 1 diberi nama faktor kepuasan pengguna angkutan barang.

Faktor 2 terdiri dari variabel:

- a) Waktu tempuh perjalanan yang singkat (X46).

- b) Biaya perjalanan yang terjangkau (X44).
- c) Layanan yang memberikan rasa aman dari COVID-19 dibandingkan angkutan umum lainnya (X47).
- d) Handal untuk melakukan perjalanan jarak jauh (X45).
- e) Memilih menggunakan ojek *online* karena pengemudi menggunakan masker (X42).

Berdasarkan karakteristik setiap variabel diketahui bahwa variabel menjelaskan kinerja angkutan ojek *online* dimasa pandemi, sehingga faktor ini diberikan nama faktor kinerja ojek *online*.

Faktor 3 terdiri dari variabel:

- a) Pengemudi tidak berhenti, parkir, menaikkan dan menurunkan penumpang di tempat yang ramai atau berkerumun (X15).
- b) Pengemudi tetap menjaga jarak (X16).
- c) Pembinaan dan pengawasan oleh mitra layanan kepada pengemudi terkait protokol kesehatan (X18).
- d) Pengecekan kondisi kesehatan pengemudi (X19).

Berdasarkan karakteristik variabel diketahui bahwa variabel terkait dengan protokol kesehatan dalam mengurangi penyebaran dari virus COVID-19. Sehingga faktor ini diberi nama faktor protokol kesehatan.

Faktor 4 terdiri dari variabel:

- a) Pengemudi mengendarai kendaraan dengan penuh konsentrasi dan tidak ugal-ugalan (X9)
- b) Pengemudi menjaga kondisi kendaraan agar layak jalan (X8)
- c) Pengemudi mematuhi peraturan lalu lintas selama masa pandemi COVID-19 (X10).
- d) Pengemudi dalam keadaan sehat dari COVID-19 (X7).

Berdasarkan karakteristik variabel diketahui bahwa variabel terkait dengan keselamatan pengguna yang diterapkan oleh pengemudi baik keselamatan dalam penyebaran virus maupun keselamatan dalam melakukan perjalanan di masa pandemi. Oleh karena itu, faktor ini diberi nama faktor keselamatan pengguna ojek *online*.

Faktor 5 terdiri dari variabel:

- a) Mau atau rela membayar lebih mahal (X21).
- b) Mau atau rela menggunakan ojek *online* dibandingkan angkutan umum lainnya dalam melakukan perjalanan. (X22)

Berdasarkan karakteristik variabel pada faktor 5 diketahui bahwa pengguna mau atau rela membayar lebih mahal menggunakan ojek *online* dan menggunakan ojek *online* di masa pandemi dibandingkan angkutan umum lainnya, sehingga faktor ini diberi nama faktor kemauan penumpang menggunakan ojek *online*.

Faktor 6 terdiri dari variabel:

- a) Pengemudi tidak menyediakan helm untuk menghindari penyebaran virus COVID-19 (X6).
- b) Pengemudi menyediakan *hand sanitaizer* (X3).

Berdasarkan variabel tersebut pengemudi menyediakan hand sanitizer dan tidak menyediakan helm yang merupakan fasilitas ojek *online* untuk mengurangi penyebaran virus. Variabel tersebut terkait dengan fasilitas yang diberikan oleh pengemudi untuk mengurangi penyebaran virus COVID-19. Oleh karena itu, faktor ini diberi nama faktor fasilitas kesehatan.



## Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dapat disimpulkan bahwa terdapat 6 faktor dan 22 variabel yang membentuk persepsi pengguna ojek *online* di masa pandemi COVID-19. Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi pengguna ojek *online* di masa pandemi COVID-19 adalah faktor kepuasan angkutan barang, Perilaku Pengguna, faktor protokol kesehatan, faktor keselamatan pengguna, faktor kemauan pengguna, dan faktor fasilitas kesehatan.

Faktor kepuasan pengguna angkutan barang dipengaruhi oleh persepsi pengguna terhadap sikap dan perilaku petugas yang ramah dan sopan serta menerapkan protokol kesehatan, waktu yang dibutuhkan tidak lama untuk menerima atau mengambil barang dari petugas. waktu dibutuhkan untuk mengantar barang sesuai pada aplikasi layanan, potongan harga pada ongkos kirim barang, dan sikap pengguna yang merasa rela atau tidak terpaksa saat menggunakan ojek *online*. Faktor kinerja ojek *online* dipengaruhi oleh pengemudi yang menggunakan masker, biaya perjalanan yang terjangkau, handal ketika melakukan perjalanan jarak jauh, waktu tempuh perjalanan yang singkat dan layanan yang memberikan rasa aman dari COVID-19 dibandingkan angkutan umum lainnya. Faktor protokol kesehatan dipengaruhi oleh persepsi pengguna terhadap pengemudi yang tidak berhenti, parkir, menaikkan dan menurunkan penumpang di tempat yang ramai atau berkerumun, pengemudi yang tetap menjaga jarak, pembinaan dan pengawasan oleh mitra layanan kepada pengemudi terkait protokol kesehatan dan pengecekan kondisi kesehatan pengemudi.

Faktor keselamatan penumpang dipengaruhi oleh persepsi terhadap pengemudi yang memiliki keadaan yang sehat dari COVID-19, pengemudi yang menjaga kondisi kendaraan agar layak jalan, pengemudi yang mengendarai kendaraan dengan penuh konsentrasi atau tidak ugal-ugalan dan pengemudi yang mematuhi peraturan lalu lintas selama masa pandemi COVID-19. Faktor kemauan pengguna dipengaruhi oleh pengguna yang mau atau rela membayar lebih mahal dan mau atau rela menggunakan ojek *online* dibandingkan angkutan umum lainnya dalam melakukan perjalanan. Faktor fasilitas layanan kesehatan dipengaruhi oleh persepsi pengguna terhadap pengemudi yang menyediakan *hand sanitaizer* dan pengemudi yang tidak menyediakan fasilitas helm kepada penumpang untuk menghindari penyebaran virus COVID-19.

## Daftar Pustaka

- [1] Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia, “Instruksi Menteri Dalam Negeri Nomor 30 Tahun 2021 Tentang Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat Level 4, Level 3 dan Level 2 Corona Virus Disease 2019 di Wilayah Jawa dan Bali.,” Jakarta, 2021.
- [2] A. Zulianto, K. Nurhadi, dan E. F. Rini, “Hubungan Persepsi Pengunjung Terhadap Kualitas Transportasi Umum Dengan Pemilihan Moda Transportasi Umum Di Kawasan Wisata Budaya Kota Surakarta,” *Desa-Kota*, vol. 1, no. 2, hal. 143, 2019,
- [3] M. Abdullah, C. Dias, D. Muley, dan M. Shahin, “Exploring the impacts of COVID-19 on travel behavior and mode preferences,” *Transp. Res. Interdiscip. Perspect.*, vol. 8, no. November, 2020.
- [4] Kementerian Perhubungan, “Peraturan Menteri Perhubungan Nomor 12 Tahun 2019,” Menteri Perhubungan. Republik Indonesia., hal. 13, 2019.
- [5] Kementerian Perhubungan, “Peraturan Menteri Nomor 41 Tahun 2020 tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Perhubungan Nomor PM 18 Tahun 2020 Tentang Pengendalian Transportasi Darat Rangka Pencegahan Penyebaran Corona Virus Disease 2019 (COVID-19).”, jakarta, 2020.
- [6] Kementerian Perhubungan, “Surat Edaran Nomor 11 Tahun 2020 tentang Pedoman dan Petunjuk Teknis Penyelenggaraan Transportasi Darat Pada Masa Adaptasi Kebiasaan Baru Untuk Mencegah Penyebaran Corona Virus Disease 2019 (COVID-19).” Jakarta, 2020.
- [7] D. Tamba dan E. Tambunan, “Persepsi Warga Dki Jakarta Terhadap Jasa Pelayanan Transportasi Barang Berbasis *Online* Di Masa Pandemi COVID-19,” *e-Journal CENTECH 2020*, vol. 2, no. 1, hal. 12–21, 2021.
- [8] T. Wijaya dan S. Budiman, Analisis Multivariat Untuk Penelitian Manajemen. Yogyakarta :



- Pohon Cahaya, 2016.
- [9] I. Mitayani, “Skripsi Analisis Faktor Penentu Repeat Purchase di Bakery *Online* Winny Bakeshop dengan *Exploratory Factor Analysis* (EFA),” Yogyakarta, *Universitas Gadjah Mada*, 2018,
- [10] S. Nugroho, *Statistika Mutivariat Terapan*, 1 ed. Bengkulu: UNIB Press, 2008.
- [11] J. Hardika, D. Sebayang, dan P. Sembiring, “Penerapan Analisis Komponen Utama Dalam Penentuan Faktor Dominan Yang Mempengaruhi Prestasi Belajar Siswa (Studi Kasus : Sman 1 Medan),” *Saintia Mat.*, vol. 1, no. 6, hal. 507–516, 2013.
- [12] Wiratmanto, “Analisis Faktor dan Penerapannya Dalam Mengidentifikasi Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Terhadap Penjualan Media Pembelajaran, Studi Kasus : Media Pembelajaran Solusi Belajar Elektronik (SONIK), Produksi : PT. Solusi Ajitech Persada Yo,” Universitas Negeri Yogyakarta, Yogyakarta, 2014.
- [13] S. Santoso, *Buku Latihan SPSS Statistik Multivariat*. Jakarta: PT. Alex Media Komputindo, 2002.