

Persepsi Mahasiswa Universitas Islam Bandung tentang Eksternalitas Keberadaan Go-jek di Kota Bandung

Bandung Islamic University Student Perception about the Existence of Go-jek in Bandung City

¹Nur Wahyuni, ²Asnita Frida Sebayang, ³Westi Riani

1,2Prodi Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Bandung,

Jl. Tamansari No.1 Bandung 40116

email: 1nurwahyuni940@gmail.com, 2fridaasnita@gmail.com, 3westiriani@yahoo.com

Abstrack. The Go-jek company was established in 2010 as an innovative social entrepreneurship to drive changes in the transportation sector to operate professionally. In 2016 Go-jek has partnered with more than 200 thousand motorcycle taxi drivers in Indonesia. The purpose of this study was to determine whether the positive and negative externalities caused by producers to consumers and consumers towards producers, based on student perceptions. Data analysis method is quantitative descriptive analysis. Quantitative data analysis was observed using a Likert scale. while The source of the informants in this study were students of Bandung Islamic University, amounting to 100 respondents. The results showed that the highest score of the externality of the existence of Go-jek in the city of Bandung that was caused by the producers to consumers was that the existence of Go-jek was used to develop sales activities of various food and beverage products in the city of Bandung which scored 421 which means that respondents strongly agree with the statement. On the contrary, from consumers to producers, there is a statement that Go-jek's presence in the city of Bandung can be a means of promoting new restaurants and eating places that get a score of 320 which means that the respondent agrees with the statement. Whereas the lowest score of the externality of Go-jek's existence in the city of Bandung caused by the producers to consumers is found in the statement of the Go-jek drivers often violating the traffic rules that get a score of 259 which means that the respondents are hesitant with the statement. On the contrary, from the consumers towards the lowest score producers, there is a statement with Go-jek, the goods delivery business income decreases by a score of 343 which means that the respondent agrees with the statement.

Keywords: Externalities, Online Transportation, Go-jek

Abstrack. Perusahaan Go-jek berdiri pada tahun 2010 sebagai *social entrepreneurship* inovatif untuk mendorong perubahan sektor transportasi dapat beroperasi secara profesional. Pada tahun 2016 Go-jek telah bermitra dengan lebih dari 200 ribu pengendara ojek di Indonesia. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah eksternalitas positif dan negatif yang ditimbulkan produsen terhadap konsumen maupun konsumen terhadap produsen, berdasarkan persepsi mahasiswa. Metode analisis data yang dilakukan adalah analisis deskriptif kuantitatif. Analisis data kuantitatif ini di amati dengan menggunakan skala likert Sedangkan sumber informan dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Islam Bandung yang berjumlah 100 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa skor tertinggi dari eksternalitas keberadaan Go-jek di Kota Bandung yang timbulkan oleh produsen terhadap konsumen terdapat pada pernyataan bahwa keberadaan Go-jek dimanfaatkan untuk berkembangnya aktifitas penjualan berbagai produk makanan dan minuman di Kota Bandung yang mendapatkan skor sebesar 421 yang artinya bahwa responden sangat setuju dengan pernyataan tersebut. Sebaliknya dari konsumen terhadap produsen terdapat pada pernyataan keberadaan Go-jek di Kota Bandung bisa menjadi sarana promosi restoran dan tempat makan yang baru yang mendapatkan skor sebesar 320 yang artinya bahwa responden setuju dengan pernyataan tersebut. Sedangkan skor terendah dari eksternalitas keberadaan Go-jek di Kota Bandung yang timbulkan oleh produsen terhadap konsumen terdapat pada pernyataan para driver Go-jek sering kali melanggar aturan lalu-lintas yang mendapatkan skor sebesar 259 yang artinya bahwa responden ragu-ragu dengan pernyataan tersebut. Sebaliknya dari konsumen terhadap produsen skor terendah terdapat pada pernyataan dengan adanya Go-jek pendapatan usaha pengiriman barang menurun dengan skor sebesar 343 yang artinya bahwa responden setuju dengan pernyataan tersebut.

Kata Kunci : Eksternalitas, Transportasi Online, Go-jek

A. Pendahuluan

Produk Domestik Bruto (PDB) merupakan nilai keseluruhan barang dan jasa yang diproduksi di dalam suatu wilayah dalam jangka waktu tertentu. Berdasarkan pendekatan produksi, PDB suatu negara meliputi nilai produk yang dihasilkan sektor primer, sektor sekunder dan sektor tersier. Sektor primer merupakan sektor ekonomi yang memanfaatkan sumber daya alam secara langsung. Sedangkan sektor sekunder sendiri adalah [sektor ekonomi](#) yang mengolah hasil [sektor primer](#) menjadi [barang jadi](#), seperti pada [manufaktur](#) dan [konstruksi](#). Sektor tersier (dikenal sebagai sektor jasa) menghasilkan suatu jasa sebagai produk akhir seperti sektor sekunder.

Di Indonesia sektor jasa telah berkembang dengan adanya ekonomi berbasis informasi dan teknologi (IT) yang mampu berkolaborasi dengan perusahaan yang bergerak di sektor jasa. Sektor jasa mampu menjadi sumber utama pertumbuhan ekonomi Indonesia melalui berbagai industri jasa seperti pariwisata, logistik, dan transportasi.

Kemajuan teknologi membuat pendiri Go-jek menciptakan suatu inovasi transportasi yang berbasis online. Berdiri pada tahun 2010 sebagai *social entrepreneurship* inovatif untuk mendorong perubahan sektor transportasi dapat beroperasi secara profesional.

Penggunaan ojek online yang kini marak digunakan oleh warga Kota Bandung berdampak adanya penolakan oleh ojek pangkalan dalam bentuk demo maupun pengeroyokan terhadap driver ojek online dan berkurangnya minat penggunaan ojek konvensional maupun moda transportasi publik yang lain seperti angkutan umum, taksi dan bis kota.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apa saja eksternalitas yang ditimbulkan driver terhadap konsumen Go-jek baik yang positif maupun negatifnya?
2. Apa saja eksternalitas yang ditimbulkan konsumen terhadap driver Go-jek baik yang positif maupun negatifnya?
3. Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sbb:
4. Mengetahui eksternalitas positif dan negatif yang ditimbulkan produsen terhadap konsumen Go-jek di kota Bandung.
5. Mengetahui eksternalitas positif dan negatif yang ditimbulkan konsumen terhadap produsen Go-jek di kota Bandung

B. Landasan Teori

Persepsi, menurut Rakhmat Jalaludin (1998: 51), adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Menurut Ruch (1967: 300), persepsi adalah suatu proses tentang petunjukpetunjuk inderawi (*sensory*) dan pengalaman masa lampau yang relevan diorganisasikan untuk memberikan kepada kita gambaran yang terstruktur dan bermakna pada suatu situasi tertentu. Senada dengan hal tersebut Atkinson dan Hilgard (1991: 201) mengemukakan bahwa persepsi adalah proses dimana kita menafsirkan dan mengorganisasikan pola stimulus dalam lingkungan. Gibson dan Donely (1994: 53) menjelaskan bahwa persepsi adalah proses pemberian arti terhadap lingkungan oleh seorang individu.

Eksternalitas berasal dari kata eksternal/eks·ter·nal/ yang artinya menyangkut bagian luar (tubuh, diri, mobil, dan sebagainya), luar (negeri). Secara umum eksternalitas didefinisikan sebagai dampak (positif maupun negatif), atau dalam bahasa

formal ekonomi sebagai *net cost* atau *benefit*, dari tindakan satu pihak terhadap pihak lain.

Menurut Guritno Mankoesobroto (1997 : 48) eksternalitas merupakan efek samping suatu tindakan pelaku ekonomi terhadap pelaku ekonomi lain yang merupakan pengaruh-pengaruh sampingan terjadi apabila perusahaan-perusahaan atau orang-orang membebaskan biaya atau manfaat atas orang lain diluar tempat berlangsungnya pasar. Eksternalitas muncul ketika seseorang atau perusahaan mengambil tindakan yang mempunyai efek bagi seseorang ataupun perusahaan, efek tersebut tidak dibayar oleh individu atau perusahaan yang bertindak.

Efisiensi alokasi sumberdaya dan distribusi konsumsi dalam ekonomi pasar dengan kompetisi bebas dan sempurna bisa terganggu, jika aktivitas dan tindakan individu pelaku ekonomi baik produsen maupun konsumen mempunyai dampak (*externality*) baik terhadap mereka sendiri maupun terhadap pihak lain. Eksternalitas itu dapat terjadi dari empat interaksi ekonomi berikut ini :

1. Efek atau dampak satu produsen terhadap produsen lain (*effects of producers on other producers*).
2. Efek atau dampak samping kegiatan produsen terhadap konsumen (*effects of producers on consumers*).
3. Efek atau dampak dari suatu konsumen terhadap konsumen lain (*effects of consumers on consumers*).
4. Efek akan dampak dari suatu konsumen terhadap produsen (*effects of consumers on producers*).

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Berdasarkan hasil kuesioner dari 100 responden mahasiswa Universitas Islam Bandung sesuai dengan dampak adanya transportasi online di Kota Bandung dengan menggunakan skala likert. Baik dampak positif maupun dampak negatif akibat keberadaan Go-jek di kota Bandung. Persepsi mahasiswa dilakukan dengan pembobotan dari yang terbesar hingga terkecil, hal ini dapat dilihat pada tabel di bawah:

1. Produsen Terhadap Konsumen

Tabel 1

| No | Indikator | Eksternalitas | Jumlah Skor | Makna |
|----|---|---------------|-------------|---------------|
| 1 | Keberadaan Go-jek dimanfaatkan untuk berkembangnya berbagai aktifitas penjualan berbagai produk makanan dan minuman di kota Bandung | Positif | 421 | Sangat Setuju |
| 2 | Keberadaan Go-jek di kota Bandung dapat menimbulkan lapangan pekerjaan baru | | 419 | Sangat Setuju |
| 3 | Keberadaan Go-jek dapat mempercepat pengiriman dokumen atau barang | | 418 | Sangat Setuju |
| 4 | Keberadaan Go-jek dapat meningkatkan pendapatan | | 410 | Sangat Setuju |

| | | | | |
|----|---|---------|-----|-----------|
| | warung yang menjadi tempat driver Go-jek menunggu penumpang. | | | |
| 5 | Keberadaan Go-jek dapat meningkatkan penjualan kendaraan bermotor (Mobil dan Motor) | | 398 | Setuju |
| 6 | Keberadaan Go-jek dapat meningkatkan omset pelaku usaha UMKM di kota Bandung. | | 395 | Setuju |
| 7 | Keberadaan Go-jek dapat meningkatkan pendapatan restoran dan tempat makan di kota Bandung. | | 386 | Setuju |
| 8 | Keberadaan Go-jek dapat membuat seseorang membuka usaha tempat makanan | | 380 | Setuju |
| 9 | Para driver transportasi online yang menunggu penumpang di pinggir jalan dapat menimbulkan kemacetan | Negatif | 385 | Setuju |
| 10 | Driver transportasi online sering parkir kendaraan di bahu jalan atau di ruas jalan yang di larang berhenti | | 375 | Setuju |
| 11 | Para driver transportasi online sering menunggu orderan di warung atau taman yang dapat membuat kemacetan. | | 371 | Setuju |
| 12 | Para Driver Go-jek menggunakan <i>Hand Phone</i> untuk menemukan lokasi tujuan sehingga tidak fokus saat berkendara | | 360 | Setuju |
| 13 | Asap knalpot dari kendaraan Go-jek dapat menimbulkan polusi udara. | | 354 | Setuju |
| 14 | Umur kendaraan yang digunakan Go-jek relatif tua menyebabkan polusi udara. | | 336 | Setuju |
| 15 | Para driver Go-jek merokok sambil menunggu penumpang. | | 313 | Setuju |
| 16 | Go-jek menyebabkan kebisingan. | | 267 | Ragu-ragu |

| | | | | |
|----|---|--|-----|-----------|
| 17 | Para Driver Go-jek sering kali melanggar aturan lalu-lintas | | 259 | Ragu-ragu |
|----|---|--|-----|-----------|

Tabel.1 menunjukkan bahwa persepsi mahasiswa Universitas Islam Bandung tentang eksternalitas keberadaan transportasi online Go-jek bagi konsumen ada 17 pernyataan. Di mana terdapat 8 pernyataan yang berupa eksternalitas positif yang mendapatkan skor paling besar di pernyataan bahwa keberadaan Go-jek dimanfaatkan untuk berkembangnya berbagai aktifitas penjualan produk makanan dan minuman di kota Bandung dengan skor 421 yang artinya para responden sangat setuju dengan pernyataan tersebut, sedangkan untuk skor yang paling rendah terdapat di dalam pernyataan bahwa keberadaan Go-jek dapat membuat seseorang membuka tempat usaha makanan. Untuk 9 pernyataan sisanya termasuk kedalam eksternalitas negatif dimana skor paling besar terdapat pada pernyataan para driver transportasi online yang menunggu penumpang di pinggir jalan dapat menimbulkan kemacetan mendapatkan skor sebesar 385 yang artinya para responden setuju dengan pernyataan tersebut, sedangkan untuk skor yang paling rendah terdapat pada pernyataan bahwa para driver Go-jek seringkali melanggar aturan lalu-lintas mendapatkan skor sebesar 259 yang artinya para responden ragu-ragu akan pernyataan tersebut.

2. Konsumen tentang produsen

Tabel 2

| No | Indikator | Eksternalitas | Jumlah Skor | Makna |
|----|--|---------------|-------------|---------------|
| 1 | Keberadaan Go-jek di kota Bandung bisa menjadi sarana promosi restoran dan tempat makan yang baru. | Positif | 420 | Sangat Setuju |
| 2 | Keberadaan Go-jek di kota Bandung bisa menjadi sarana promosi suatu produk yang baru. | | 416 | Sangat Setuju |
| 3 | Keberadaan Go-jek di kota Bandung dapat mempercepat pengiriman | | 400 | Sangat Setuju |
| 4 | Keberadaan Go-jek di kota Bandung bisa menjadi sarana promosi tempat liburan dan tempat berkumpul. | | 394 | Setuju |
| 5 | Keberadaan Go-jek di kota Bandung dapat mengirim lebih dari satu barang sehingga dapat menghemat pengeluaran | | 389 | Setuju |
| 6 | Keberadaan Go-jek di kota Bandung bisa mengurangi pengeluaran perusahaan karena | | 378 | Setuju |

| | | | | |
|----|---|---------|-----|---------------|
| | layanan pengiriman nya tidak di gunakan lagi. | | | |
| 7 | Dengan adanya Go-jek berpeluang mendatangkan konflik dengan ojek pangkalan | Negatif | 404 | Sangat Setuju |
| 8 | Dengan adanya Go-jek pendapatan ojek pangkalan menurun | | 399 | Setuju |
| 9 | Banyaknya masyarakat menggunakan transportasi online membuat driver transportasi konvensional melakukan tindak kekerasan tentang driver transportasi online | Negatif | 395 | Setuju |
| 10 | Dengan adanya Go-jek pendapatan angkutan umum menurun | | 382 | Setuju |
| 11 | Dengan adanya Go-jek fasilitas pengiriman milik perusahaan yang ada di tempat makan tidak efektif | | 369 | Setuju |
| 12 | Dengan adanya Go-jek pendapatan usaha pengiriman barang menurun | | 343 | Setuju |

Tabel.2 menunjukkan bahwa persepsi mahasiswa Universitas Islam Bandung tentang eksternalitas keberadaan transportasi online Go-jek dari konsumen bagi produsen ada 12 pernyataan. Di mana terdapat 6 pernyataan yang berupa eksternalitas positif, yang mendapatkan skor paling besar di pernyataan positif ini bahwa keberadaan Go-jek bias menjadi sarana promosi restoran dan tempat makan yang baru di kota Bandung dengan skor 420 yang artinya para responden sangat setuju dengan pernyataan tersebut, sedangkan untuk skor yang paling rendah terdapat di dalam pernyataan bahwa keberadaan Go-jek dapat mengurangi pengeluaran perusahaan karena layanan pengiriman tidak digunakan lagi yang mendapatkan skor 378 yang artinya para responden setuju dengan pernyataan tersebut. Untuk 6 pernyataan sisanya termasuk kedalam eksternalitas negatif dimana skor paling besar terdapat pada pernyataan dengan adanya Go-jek dapat menimbulkan konflik dengan ojek pangkalan mendapatkan skor sebesar 404 yang artinya para responden sangat setuju pada pernyataan tersebut, sedangkan untuk skor yang paling rendah terdapat pada pernyataan bahwa dengan adanya Go-jek pendapatan usaha pengiriman barang menurun mendapatkan skor sebesar 343 yang artinya para responden setuju dengan pernyataan tersebut.

D. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

1. Menurut persepsi mahasiswa Universitas Islam Bandung nilai tertinggi dari eksternalitas keberadaan Go-jek di kota Bandung yang timbulkan oleh produsen terhadap konsumen terdapat pada pernyataan bahwa keberadaan Go-jek dimanfaatkan untuk berkembangnya aktifitas penjualan berbagai produk makanan dan minuman di kota Bandung yang mendapatkan skor 421 yang artinya para responden sangat setuju dengan pernyataan tersebut. Sebaliknya dari konsumen terhadap produsen terdapat pada pernyataan keberadaan Go-jek di kota

Bandung bisa menjadi sarana promosi restoran dan tempat makan yang baru, yang mendapatkan skor sebesar 420 yang artinya para responden sangat setuju dengan pernyataan tersebut.

- Menurut persepsi mahasiswa Universitas Islam Bandung nilai terendah dari eksternalitas keberadaan Go-jek di kota Bandung yang timbulkan oleh produsen terhadap konsumen terdapat pada pernyataan para driver Go-jek sering kali melanggar aturan lalu-lintas yang mendapatkan skor sebesar 259 yang artinya para responden ragu-ragu dengan pernyataan tersebut. Sebaliknya dari konsumen terhadap produsen nilai terendah terdapat pada pernyataan dengan adanya Go-jek pendapatan usaha pengiriman barang menurun mendapatkan skor sebesar 343 yang artinya para responden setuju dengan pernyataan tersebut.

E. Saran

- Dari persepsi mahasiswa bahwa keberadaan Go-jek dapat membantu mempromosikan suatu produk makanan atau minuman maka tempat-tempat makan dan minuman yang tidak bekerja sama dengan Go-jek harus bisa lebih berinovasi dalam mempromosikan produknya.
- Saran bagi penelitian berikutnya yang akan datang dalam pengambilan data primer tidak hanya dengan kuesioner, perlu dilakukan dengan observasi lapangan dan wawancara langsung ke pihak-pihak terkait seperti perusahaan Go-jek, produk atau tempat makan yang bekerja sama dengan Go-jek maupun dengan driver Go-jek itu sendiri sehingga hasil analisis yang diperoleh menjadi komprehensif.

Daftar Pustaka

- Abbas Salim,.Manajemen Transportasi (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2002)
- Angelia, Mitra 2016 “Survei:Go-jek Ungguli Grab”. [Teknologi.news.viva.co.id](http://teknologi.news.viva.co.id)
- Amajida, Fania Darma. 2016, Kreativitas Digital Dalam Masyarakat Risiko Perkotaan: Studi Tentang Ojek Online “Go-jek” di Jakarta. Departmen Sosiologi Universitas Indonesia. Jurnal Informasi Kajian Ilmu Komunikasi Volume 46. Nomor 1. Juni 2016.
- Akram, Gio. 2013. Eksternalitas. (Online), (<http://gioakram13.blogspot.com/2013/04/eksternalitas.html>, diakses tanggal 15 Februari 2018).
- Ariani, Muthia Safira. 2013. Ekonomi Publik : Eksternalitas. (Online), (<http://muthiafirariani.blogspot.com/2013/11/ekonomi-publik-eksternalitas.html>, diakses tanggal 15 Februari 2018).
- Creswell, John W. 2010, Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- D-datakutu. 2012. Makalah Eksternalitas Positif dan Negatif Produsen. (Online), (<http://d-datakuliah.blogspot.com/2012/05/makalah-eksternalitas-positif-dan.html>, diakses tanggal 15 Februari 2018).
- Emzir, Metode Penelitian Kualitatif Analisi Data (Jakarta: Rajawali Pers, 2010)
- Ghozali, I. (2009). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Semarang : Universitas Diponegoro
- Go-jek dalam Google Play Store.
- Mar’ati, Nafisa Choirul & Sudarwanto, Tri. “Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga

- Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Ojek Online (Studi Pada Konsumen Go-jek di Surabaya)”. Program Studi Pendidikan Tata Niaga, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya.
- Muflih, Muhammad, Prilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam, Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2006.
- Modul Ekonomi Publik. 2014. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya
- Nur Syam Aksa, Pengantar Transportasi Wilayah Dan Kota (Makassar: Universitas Alauddin, 2014).
- Rinawati, Anita. Eksternalitas Sebagai Salah Satu Penyebab Kegagalan Pasar.
<http://ejournal.umpwr.ac.id/index.php/surya/article/download/174/161> diakses tanggal 15 Februari 2018
- Sumarsono, Sony. Teori dan Kebijakan Publik Ekonomi Sumber Daya Manusia, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009.
- Sumarwan U. 2011. Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran. Bogor (ID): Penerbit Ghalia Indonesia.
- Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif (Mix Method). Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Wahyuningtyas, Retno Asri. 2016, “Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Niat Beli Ulang dengan Persepsi Kegunaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Layanan Aplikasi Go-jek Di Surabaya)”. Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya. Jurnal Ilmu Manajemen Volume 4 Nomor 3. 2016.