

**PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP
RENCANA KENAIKAN TARIF TAKSI DARING
DI KALIMANTAN TIMUR
TAHUN 2022**



Research Institute of Socio-Economic Development (RISED)

Kota Surabaya, Provinsi Jawa Timur

Email: rised@rised.or.id

Website: <http://rised.or.id>

RINGKASAN EKSEKUTIF

- Apabila tarif taksi daring meningkat, maka 51,82% responden menyatakan akan kembali menggunakan kendaraan pribadi.
- 58,18% responden pengguna taksi daring tidak setuju apabila tarif taksi daring dinaikkan.
- Dari 56,85% responden yang menolak kenaikan tarif taksi daring, mayoritas beralasan bahwa tidak ada atau belum mencukupinya kenaikan upah tahunan terhadap kenaikan biaya transportasi (42,19%) dan daya beli masih terdampak kenaikan BBM (32,81%).
- Responden hanya bersedia memberikan tambahan biaya maksimum rata-rata sebesar 6,7% atau sebesar Rp 2.562 per perjalanan atau sekitar Rp 345/km.
- Studi dilakukan pada Oktober 2022 dengan melibatkan 220 responden yang dihimpun melalui survei daring. Responden merupakan pengguna aktif aplikasi transportasi daring dalam satu bulan terakhir.
- Survei dilakukan di Provinsi Kalimantan Timur, khususnya di Kota Balikpapan dan Kota Samarinda
- Nilai *margin of error* survei adalah 6% dengan *confidence interval* sebesar 95%.

PENDAHULUAN

Layanan transportasi daring berkontribusi besar terhadap perekonomian Indonesia dalam lima tahun terakhir. Contohnya, salah satu perusahaan aplikasi penyedia jasa layanan transportasi daring yaitu Gojek dengan seluruh layanan yang disediakan mampu berkontribusi sebesar Rp 249 triliun atau sekitar 1,6% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) tahun 2021 (Lembaga Demografi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia). Tidak hanya memberikan dampak berupa penciptaan lapangan kerja, layanan tersebut dapat pula menjadi alternatif pilihan bagi masyarakat dalam menggunakan transportasi publik dengan biaya yang relatif masih terjangkau.

Perkembangan penyediaan dan konsumsi jasa layanan ojek daring relatif lebih besar daripada jenis layanan transportasi daring lainnya yaitu taksi daring. Peran layanan taksi daring relatif kurang dieksplorasi. Hal ini ditunjukkan oleh keterbatasan informasi, data, hingga penelitian mengenai konsumsi dan kontribusi ekonomi taksi daring. Padahal, tidak sedikit pula konsumen jasa layanan taksi daring di Indonesia.

Berbeda dengan tarif ojek daring yang diatur dalam Keputusan Menteri Perhubungan (KP), hingga saat ini belum ada regulasi dari Pemerintah Indonesia yang mengatur tentang jasa layanan taksi daring. Penetapan aturan layanan taksi daring menjadi hal yang perlu diperhatikan dan disusun berdasarkan pertimbangan yang matang agar kemudian tidak justru membatasi kebermanfaatan layanan taksi daring untuk masyarakat dan mengurangi kontribusinya terhadap perekonomian. Salah satu isu yang krusial pada layanan transportasi daring adalah tarif. Sebab, keterjangkauan tarif adalah salah satu alasan utama konsumen dalam menggunakan layanan transportasi daring. Adanya kenaikan tarif layanan taksi daring diprediksi dapat mengurangi konsumen taksi daring sehingga membatasi manfaat perusahaan layanan transportasi daring terhadap perekonomian. Maka dari itu, Research Institute of Socio-Economic Development (RISED) bertujuan melakukan survei konsumen layanan taksi daring untuk meneliti tentang dua hal, yaitu:

1. Menggambarkan sebaran konsumen layanan taksi daring berdasarkan latar belakang status ekonomi
2. Mengidentifikasi respon konsumen atas kenaikan tarif taksi daring terhadap konsumsi layanan taksi daring.

Studi dilakukan dengan melibatkan 220 responden yang dihimpun melalui survei daring. Responden merupakan pengguna aktif aplikasi ojek daring dan layanan taksi daring dalam satu bulan terakhir. Responden survei adalah 40 persen laki-laki dan 60 persen perempuan dengan rentang usia 15-64 tahun. Survei dilakukan di Provinsi Kalimantan Timur. Adapun nilai *margin of error* sebesar 6 persen dengan confidence interval sebesar 95 persen.

METODE PENELITIAN

2.1. Deskriptif Analisis

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif analisis, dimana menurut Nazir (2003:54) metode deskriptif yaitu suatu metode dalam meneliti status kelompok manusia, suatu objek, suatu kondisi, suatu pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Selain itu, menurut Sugiono (2009: 29) pengertian dari metode deskriptif analisis adalah suatu metode yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data ataupun sampel yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum. Deskriptif analitis juga mengambil masalah atau mesusatkan perhatian kepada masalah-masalah sebagaimana adanya saat penelitian dilaksanakan, kemudian hasil penelitian diolah dan dianalisis untuk diambil kesimpulan dari analisis tersebut.

2.2. Pengumpulan Data

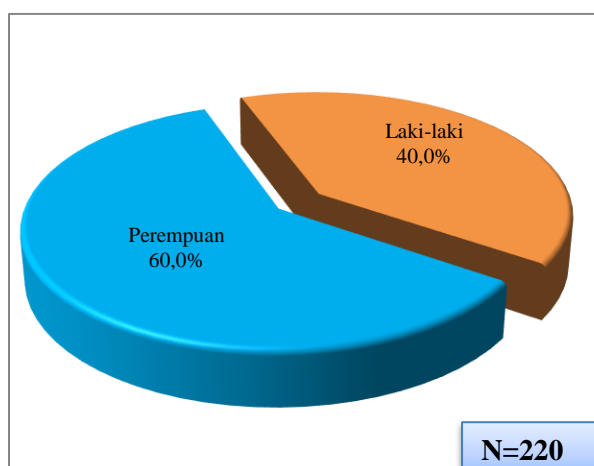
Penelitian ini dilakukan pada Oktober 2022 dengan melakukan survei daring terhadap 220 konsumen taksi daring di Provinsi Kalimantan Timur, khususnya di Kota Balikpapan dan Kota Samarinda

HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Karakteristik Konsumen Taksi Daring

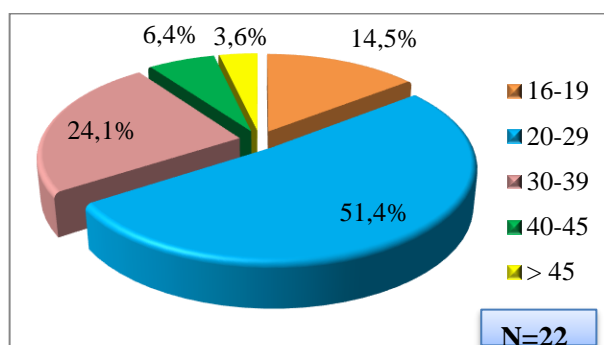
Secara umum, pelaksanaan kegiatan survei konsumen taksi daring ini mencakup 220 responden konsumen taksi daring di Provinsi Kalimantan Timur. Mayoritas responden taksi daring yang disurvei bertempat tinggal di wilayah Kota Balikpapan dan Kota Samarinda, masing-masing sebanyak 38,6 persen. Dari 220 responden yang disurvei tersebut, sebanyak 88 responden atau sekitar 40 persen diantaranya merupakan responden berjenis kelamin laki-laki, sementara sebanyak 132 responden atau sekitar 60 persen berjenis kelamin perempuan. Sementara itu, apabila dilihat dari kelompok umur, mereka yang disurvei mayoritas berada di rentang usia 20-29 tahun, yaitu sebanyak 113 responden (51,4 persen); diikuti oleh rentang usia 30-39 tahun sebanyak 53 responden (24,1 persen); 16-19 tahun sebanyak 32 responden (14,5 persen); 40-45 tahun sebanyak 14 responden (6,4 persen); dan >45 tahun sebanyak 8 responden (3,6 persen).

Gambar 3.1. Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin



Sumber: Peneliti, 2022

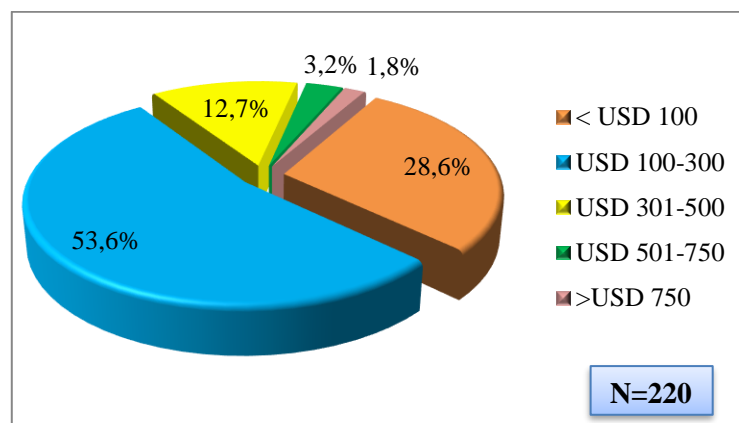
Gambar 3.2. Distribusi Responden Berdasarkan Kelompok Usia



Sumber: Peneliti, 2022

Kemudian dilihat dari pengeluaran perbulan, terbanyak adalah kelompok dengan rata-rata pengeluaran bulanan antara USD 100-300 yaitu sebanyak 118 responden (53,6 persen). Kelompok pengeluaran bulanan terbanyak selanjutnya adalah pengeluaran < USD 100 sebanyak 63 responden (28,6 persen); rentang USD 301-500 sebanyak 28 responden (12,7 persen); rentang USD 501-750 sebanyak 7 responden (3,2 persen); dan >USD 750 sebanyak 4 responden (1,8 persen).

Gambar 3.3. Distribusi Responden Berdasarkan Pengeluaran Bulanan



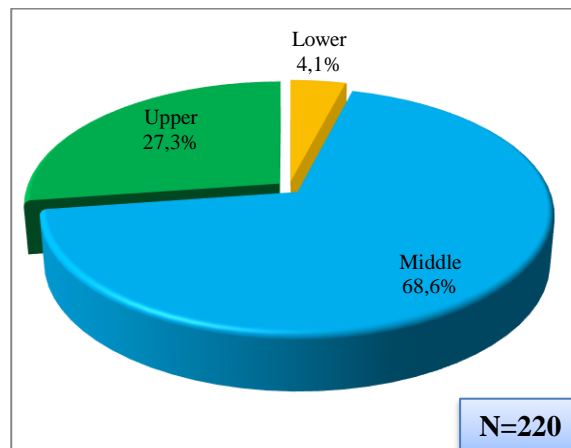
Sumber: Peneliti, 2022

Dilihat dari kelompok pendapatannya, secara umum klasifikasi kelompok pendapatan yang dibuat oleh *Asian Development Bank* (ADB), mendefinisikan kelompok menengah sebagai kelompok masyarakat yang memiliki pengeluaran berkisar antara US\$ 2 atau Rp 28.000/hari – US\$ 20 atau Rp 280.000/hari (ADB, 2010). Berdasarkan klasifikasi tersebut, peneliti kemudian membuat kategori kelompok pendapatan sebagai berikut:

- a. **Dibawah** US\$ 40 atau Rp 560.000/bulan termasuk kelompok berpendapatan rendah (*Lower*)
- b. US\$ 40 atau Rp 560.000 – US\$ 300 Rp 4.200.000 termasuk kelompok pendapatan menengah (*Middle*)
- c. **Diatas** US\$ 300 atau Rp 4.200.000 termasuk kelompok berpendapatan tinggi (*Upper*).

Dengan definisi klasifikasi kelompok pendapatan seperti di atas, dapat dikatakan bahwa hasil survei terhadap 220 responden taksi daring menunjukkan bahwa sekitar 160 konsumen (72,7 persen) berasal dari kelompok berpendapatan menengah kebawah. Sementara itu, sisanya sebesar 60 konsumen (27,3 persen) berasal dari kelompok berpendapatan tinggi.

Gambar 3.4. Distribusi Responden Berdasarkan Socioeconomic Status (SES)



Sumber: Peneliti, 2022.

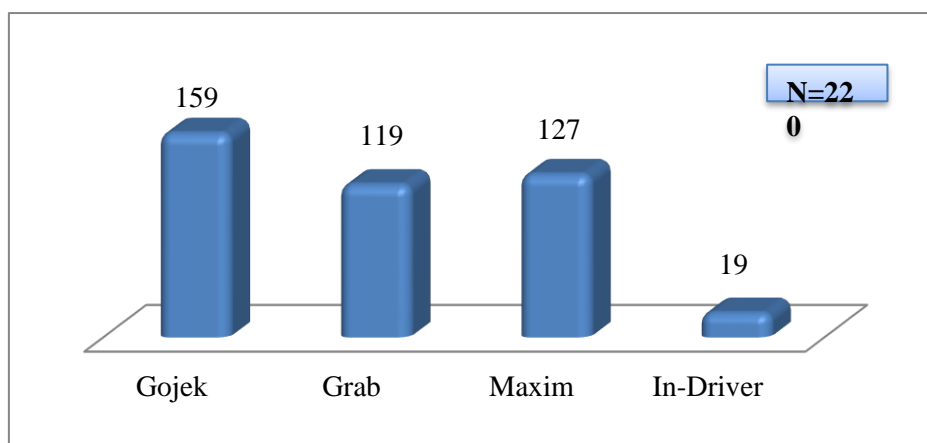
3.2 Penggunaan Jasa Layanan Taksi daring

3.2.1 Intensitas Penggunaan Jasa Layanan Taksi daring

Taksi daring telah menjadi pilihan utama masyarakat, khususnya di wilayah urban untuk melakukan perjalanan. Hal ini salah satunya dibuktikan melalui hasil survei konsumen taksi daring yang menunjukkan bahwa keseluruhan responden yang disurvei dalam satu bulan terakhir setidaknya pernah menggunakan jasa transportasi daring atau daring. Adapun, terdapat beberapa alternatif pilihan penyedia jasa transportasi daring yang digunakan seperti Gojek, Grab, In-Driver, Maxim dan lain sebagainya.

Lebih lanjut, berdasarkan hasil survei menunjukkan bahwa jasa layanan taksi daring yang paling banyak digunakan dalam satu bulan terakhir adalah Gojek yang digunakan oleh 159 responden; diikuti oleh Grab yang digunakan oleh 119 responden; Maxim yang digunakan oleh 127 responden; dan In-Driver yang digunakan oleh 19 responden.

Gambar 3.6. Penggunaan Jasa Taksi Daring

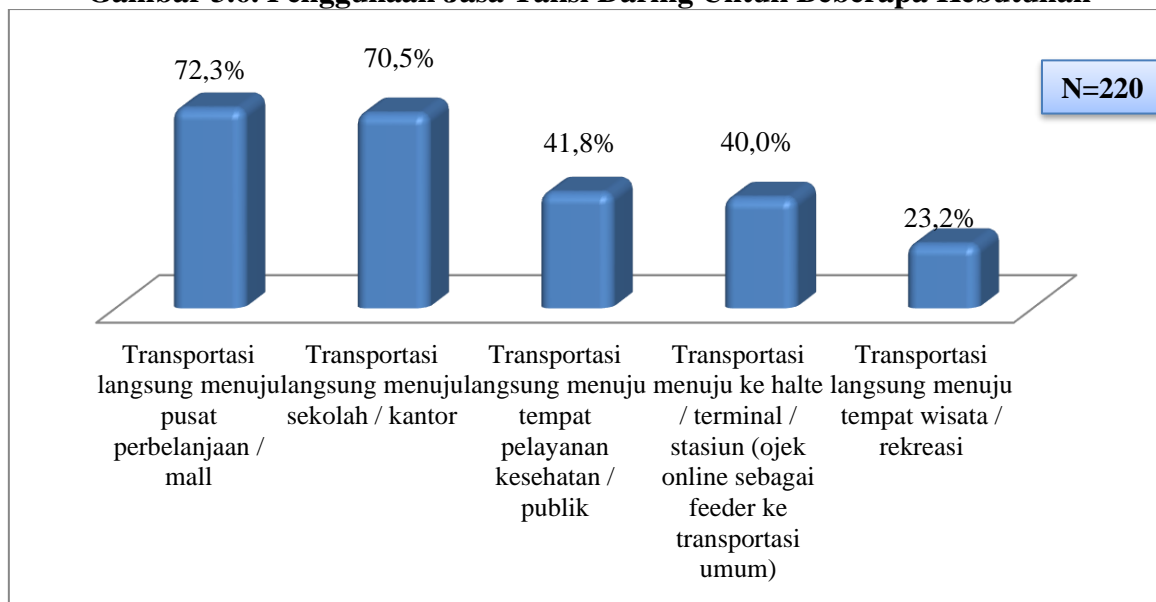


Sumber: Peneliti, 2022

Meskipun demikian, dilihat dari intensitas penggunaan taksi daring menunjukkan bahwa dari total 220 responden yang disurvei, sebanyak 128 responden diantaranya atau sekitar 58,18 persen menyatakan jarang menggunakan taksi daring dalam seminggu terakhir. Sementara itu, sisanya 92 responden (41,82 persen) menyatakan sering menggunakan taksi daring dalam seminggu terakhir.

Dilihat dari penggunaannya, secara umum, masyarakat atau konsumen menggunakan jasa taksi daring untuk melakukan perjalanan/bepergian ke berbagai tujuan seperti ke sekolah, pusat perbelanjaan, wisata dan lain sebagainya. Dari beberapa tujuan tersebut, dari 220 responden yang disurvei, sebanyak 159 responden atau sekitar 72,3 persen menyatakan bahwa mereka menggunakan sarana transportasi taksi daring untuk melakukan perjalanan menuju pusat perbelanjaan/mall. Tujuan lain yang juga cukup banyak dituju dengan menggunakan sarana transportasi taksi daring di Provinsi Kalimantan Timur adalah perjalanan menuju sekolah/kantor yakni sebanyak 155 responden (70,5 persen). Sementara itu, sebagian yang lain menggunakan taksi daring untuk menuju tempat pelayanan kesehatan / publik (41,8%); menuju ke halte / terminal / stasiun (taksi daring sebagai feeder ke transportasi umum) (40 persen); dan menuju tempat wisata/rekreasi (23,2%)

Gambar 3.6. Penggunaan Jasa Taksi Daring Untuk Beberapa Kebutuhan



Sumber: Peneliti, 2022

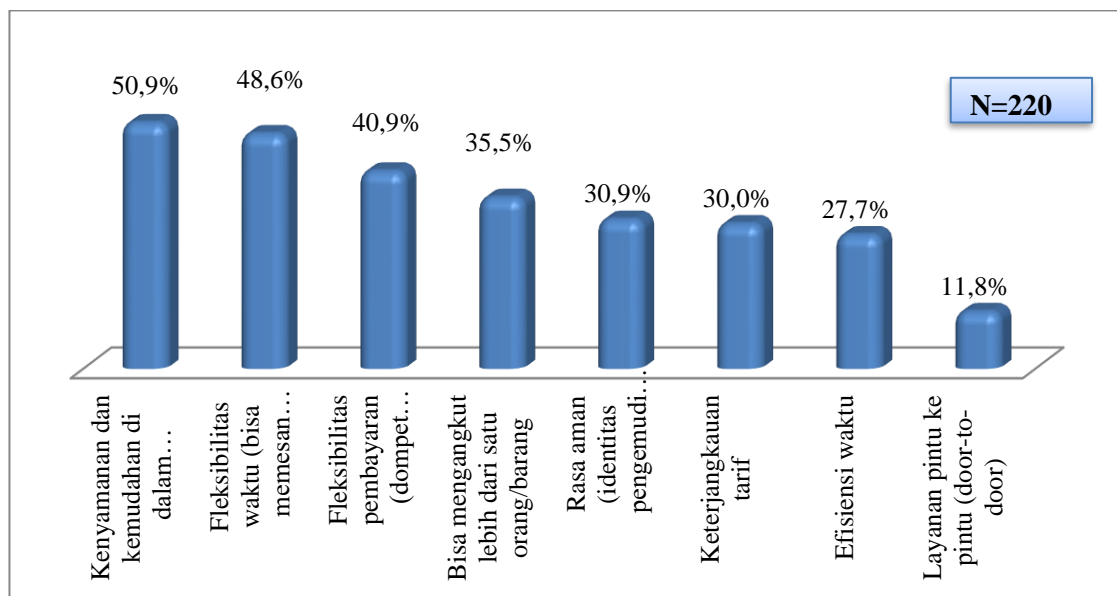
3.2.2. Alasan Penggunaan Jasa Taksi Daring

Secara umum, terdapat beberapa alasan yang membuat konsumen menggunakan jasa taksi daring, seperti fleksibilitas waktu, fleksibilitas metode pembayaran (tunai atau daring), waktu tempuh dapat diprediksi, keterjangkauan tarif taksi daring, jaminan keamanan dan layanan pintu ke pintu (*door- to-dorr*). Adapun dari beberapa alasan tersebut, alasan utama konsumen menggunakan sarana transportasi taksi daring adalah karena faktor adanya kenyamanan dan kemudahan di dalam mengakses pemesanan, yaitu sebanyak 112 responden atau sekitar 50,9 persen.

Selain faktor kenyamanan dan kemudahan di dalam mengakses pemesanan, faktor lain yang juga menjadi alasan konsumen untuk menggunakan sarana transportasi taksi daring adalah fleksibilitas waktu pemesanan. Dari 220 responden yang disurvei, sebanyak 137 responden (52,7 persen) diantaranya menyatakan bahwa fleksibilitas waktu pemesanan dimana konsumen dapat memesan dimanapun dan kapanpun menjadikan konsumen memilih menggunakan jasa taksi daring.

Selain itu, beberapa alasan lain yang membuat konsumen memilih sarana transportasi taksi daring adalah fleksibilitas pembayaran (dompet digital/tunai) (40,9 persen); jumlah orang yang dapat di angkut (taksi daring bisa mengangkut lebih dari satu orang/barang) (35,5 persen); jaminan keamanan (30,9 persen); keterjangkauan tarif taksi daring (30 persen); efisiensi waktu (27,7 persen), dan layanan pintu ke pintu (*door- to-dorr*) (11,8 persen).

Gambar 3.7. Alasan Menggunakan Taksi Daring

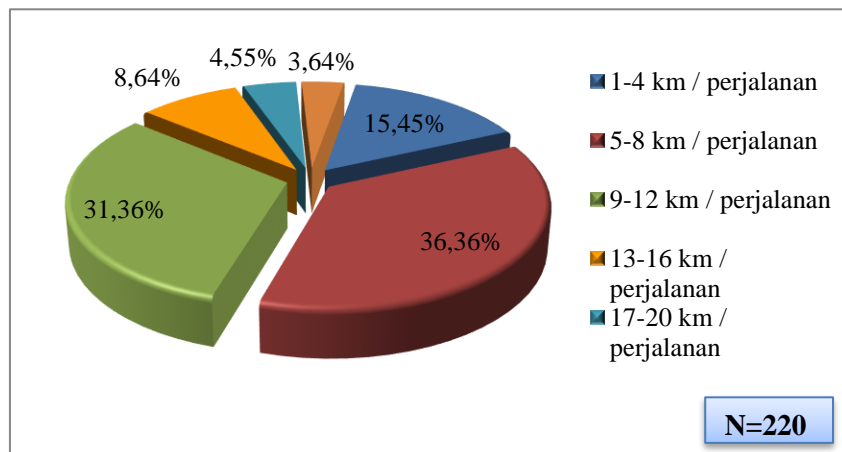


Sumber: Peneliti, 2022

3.2.3. Rata-rata Jarak Tempuh untuk Transportasi Taksi Daring

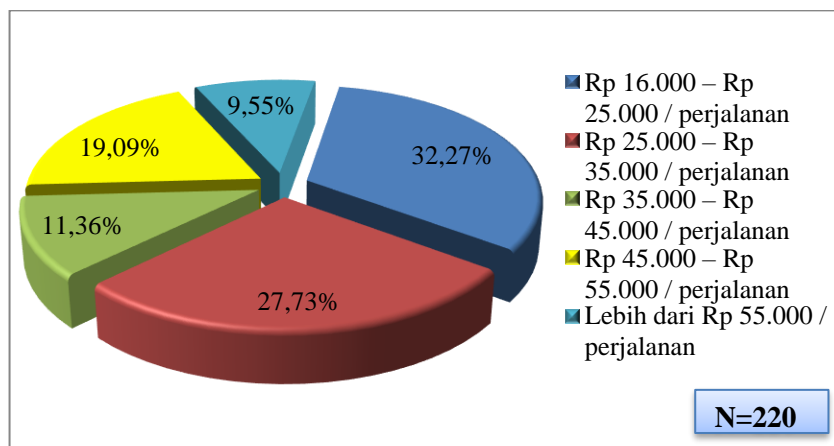
Secara umum, mayoritas konsumen transportasi daring yang disurvei memiliki jarak tempuh per perjalanan sejauh 5-8 km/perjalanan dengan jumlah responden sebanyak 80 responden (36,36 persen); diikuti jarak tempuh 9-12 km/perjalanan sebanyak 69 responden (31,36 persen); 1-4 km/perjalanan sebanyak 34 responden (15,45 persen); 13-16 km/perjalanan sebanyak 19 responden (8,64 persen); 17-20 km/perjalanan sebanyak 10 responden (4,55 persen); dan lebih dari 20 km/perjalanan sebanyak 8 responden (3,64 persen). Sementara itu, dilihat dari pengeluaran per perjalanan untuk bertransportasi menggunakan transportasi taksi daring, sebanyak 71 responden (32,27 persen) memiliki pengeluaran/perjalanan sebesar Rp16.000,00-Rp25.000,00/perjalanan; diikuti pengeluaran/perjalanan sebesar Rp25.000,00-Rp35.000,00/perjalanan sebanyak 61 responden (27,73 persen).

Gambar 3.8. Rata-Rata Jarak Per Perjalanan Untuk Penggunaan Taksi Daring



Sumber: Peneliti, 2022

Gambar 3.9. Pengeluaran Per Perjalanan Untuk Penggunaan Taksi Daring



Sumber: Peneliti, 2022

3.3. Persepsi Konsumen terhadap Rencana Kenaikan Tarif Taksi Daring

Hasil survei menunjukkan bahwa mayoritas responden berpendapat bahwa tarif taksi daring yang berlaku saat ini cukup terjangkau, tetapi hanya untuk penggunaan tertentu seperti perjalanan ke bandara atau perjalanan dengan keluarga/teman (58,18 persen). Meski demikian, **sebanyak 58,18 persen tidak setuju dengan adanya rencana kenaikan tarif taksi daring. Mayoritas berpendapat bahwa tidak ada atau belum mencukupinya kenaikan upah tahunan terhadap kenaikan biaya transportasi (42,19 persen) dan daya beli masih terdampak kenaikan BBM (32,81 persen).** Di sisi lain, sebanyak 41,82 persen setuju dengan adanya rencana kenaikan tarif taksi daring. Mayoritas beralasan bahwa kenaikan tarif karena perlu adanya penyesuaian dengan kenaikan BBM (85,87 persen).

3.4. Tambahan Biaya yang Bersedia Dibayar (*Willingness to Pay*)

Terkait persepsi terhadap adanya tambahan biaya, ditemukan bahwa sebanyak 16,82 persen responden menolak memberikan tambahan biaya untuk layanan taksi daring untuk setiap perjalanannya dan sebanyak 73,63 persen hanya mau memberikan tambahan biaya sebesar kurang dari Rp 5.000 untuk setiap perjalanan yang dilakukan menggunakan layanan taksi daring. Jika dilihat secara rata-rata, kenaikan tarif yang bersedia dibayar per perjalanan adalah sebesar 6,7% atau sebesar Rp 2.562 atau sekitar Rp 345/km. Apabila tarif taksi daring naik, 51,82 persen konsumen akan kembali menggunakan kendaraan pribadi.