

Analisis Tanggapan Para Pekerja Ojek *Online* Terhadap Kehadiran Sepeda Motor Listrik Di Wilayah Jakarta Pusat

Francisca Hermawan

Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya

Francisca.h@atmajaya.ac.id

Bertha Elvy Napitupulu

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Jayakarta

bertha.napitupulu27@gmail.com

Abstrak

Perkembangan dinamika sosial manusia melahirkan kreatifitas moda layanan transportasi publik yang dinamakan ojek. Seiring dengan menguatnya isu lingkungan, para pekerja ojek memiliki pilihan alat transportasi jenis baru yaitu sepeda motor listrik yang lebih ramah lingkungan. Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh gambaran umum tanggapan para pekerja ojek *online* terhadap kehadiran sepeda motor listrik ini. Penelitian dilakukan terhadap para pekerja ojek yang ditemukan secara acak di area-area publik wilayah Jakarta Pusat. Berdasarkan gambaran deskriptif hasil penelitian ini diperoleh kesimpulan bahwa kehadiran sepeda motor listrik cukup mendapat respon positif masyarakat, terutama para pekerja ojek *online*. Respon positif ini ditunjukkan melalui tingginya tingkat persetujuan terhadap faktor-faktor penting yaitu kemudahan mendapatkan kendaraan, tingkat kepuasan penggunaan baik yang dirasakan penumpang maupun pekerja ojek, dan adanya kesadaran serta motivasi terhadap isu lingkungan. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa sepeda motor listrik adalah kendaraan harapan untuk mendukung terciptanya atmosfer yang bersih dengan status emisi nol.

Kata Kunci

Ojek Online, Sepeda Motor Listrik, Emisi Karbon

PENDAHULUAN

Sarana transportasi khususnya sepeda motor begitu penting untuk menunjang kelancaran aktivitas masyarakat terutama kegiatan ekonomi dan aktivitas publik lainnya. Produsen kendaraan bermotor giat melakukan produksi dalam jumlah besar dengan harga relatif terjangkau. Data terakhir dari Biro Pusat Statistik menyebutkan bahwa pada tahun 2018 saja telah diproduksi sebanyak 120.042.298 unit sepeda motor (Statistik, 2024). Tidak semua masyarakat memiliki kemampuan dan mau memiliki kendaraan bermotor. Ojek *online* menjadi gaya baru moda transportasi sepeda motor setelah sebelumnya para pekerja ojek merupakan pekerja individu dengan sistem kerja tradisional yang kurang bergengsi. Namun, ojek *online* mengubah semua itu, baik dipandang sebagai lahan mata pencaharian baru yang menarik maupun layanannya yang modern dan memuaskan. Begitu tingginya respon masyarakat pengguna, sepanjang tahun 2018 saja, seluruh armada layanan GOJEK disebut sukses mengelilingi bumi sebanyak 100.000 kali (kabar bisnis.com, 2019). Ketua Biro Pusat Statistik pun pernah mengatakan bahwa adanya ojek (*online*) mampu menekan pengangguran (Supriyatna, 2016). Keunggulan ojek motor *online* terhadap fleksibilitas yang mampu menerobos kemacetan dan melewati jalan-jalan sempit yang tidak mungkin dilalui kendaraan roda empat khususnya di kota-kota besar yang sibuk dan rawan kemacetan seperti Jakarta, Surabaya, Bandung, dan Medan.

Pada tahun 2017, Kementerian Perhubungan mengeluarkan Permen No 26 yang mengatur tentang revisi peraturan usaha moda transportasi termasuk jenis transportasi *online* (Dirjen Perhubungan Darat, 2017) Dengan payung hukum ini maka ojek *online* tentu saja menjadi bagian kegiatan usaha yang resmi dan dilindungi. Sejak awal kemunculan layanan ojek, praktis semua kendaraan menggunakan bahan bakar minyak yaitu bensin. Di Indonesia harga bahan bakar minyak relatif murah bila dibandingkan produk yang sama di

beberapa negara Asia lain. Namun demikian harus diakui bahwa murahnya harga bahan bakar minyak di Indonesia tak lepas dari besarnya subsidi yang dialokasikan negara yang tertuang dalam APBN saat itu. Beban subsidi ini disadari cukup memberatkan kinerja perekonomian nasional sehingga pemerintah lambat laun melakukan pengurangan subsidi secara signifikan.

Bersamaan dengan upaya pengurangan subsidi ini muncul isu pemanasan global yang semakin membuat kompleks permasalahan. Isu lingkungan ini terkait dengan penggunaan bahan bakar fosil dunia yang sudah sampai pada taraf memprihatinkan. Dampak kerusakan lingkungan yang ditimbulkan telah membuat negara-negara seluruh dunia mengevaluasi penggunaan bahan bakar fosil - termasuk bensin. Indonesia mencatat peningkatan emisi CO₂ sebesar 18% sepanjang 2012 hingga 2017 yang disebabkan karena meningkatnya emisi dari pembangkitan listrik, sektor industri, dan sektor transportasi (Ministry of Environment, 2018). Penanganan polusi udara kini menjadi aspek yang tak terpisahkan dalam operasi-operasi industri dan transportasi. Isu lingkungan di Indonesia memang sangat serius. Bahkan Kota Jakarta baru saja mendapat predikat sebagai kota paling berpolusi di dunia versi IQAir pada tanggal 31 Agustus 2023 (Detik.com, 2023). Kendaraan listrik adalah harapan moda transportasi masa depan yang terbaik karena sama sekali tidak memerlukan proses pembakaran bahan bakar fosil yang menghasilkan emisi karbon.

Presiden Joko Widodo telah menerbitkan Peraturan Presiden Nomor 55 tahun 2019. Dalam peraturan ini diatur tahapan persiapan untuk mendukung keberadaan kendaraan listrik seperti pengadaan infrastruktur, pengisian daya serta pengaturan tarif daya. Selain itu juga diatur berbagai strategi pengembangannya yaitu penelitian pengembangan dan inovasi industri kendaraan bermotor berbasis baterai. (Aviani, 2024) Dalam hal ini pemerintah bekerjasama dengan perusahaan industri, perguruan tinggi, serta lembaga penelitian dan pengembangan terkait.

Dalam ajang Indonesia International Motor Show Tahun 2023, Asosiasi Industri Sepeda Motor Listrik Indonesia (Aismoli) mengumumkan bahwa jumlah motor listrik yang telah diproduksi di Indonesia dari tahun 2019 hingga tahun 2022 tercatat mencapai jumlah 30.837 unit (Kabar Bisnis.com, 2023).

Oleh sebab kini mulai banyak ditemui sepeda motor listrik di berbagai wilayah Indonesia. Namun demikian pertumbuhan industri sepeda motor listrik di Indonesia masih menghadapi kendala-kendala mulai dari regulasi pemerintah yang masih perlu penyempurnaan hingga belum tersedianya infrastruktur berupa pusat-pusat pengisian daya dan bengkel khusus kendaraan listrik.

LANDASAN TEORI

Dalam rangka optimasi pemasyarakatan sepeda motor listrik ini, perlu pula untuk memahami minat masyarakat terhadap sepeda motor listrik sebagai variabel yang harus dikaji. Dalam hal ini perlu dipahami teori perilaku konsumen. Perilaku konsumen merupakan tindakan yang dilakukan oleh individu, kelompok, atau organisasi dan sebuah proses untuk memilih, membeli, menggunakan, dan pembuangan dari produk, jasa, pengalaman atau ide-ide untuk kepuasan kebutuhan yang berdampak pada proses yang ada pada konsumen dan masyarakat (David L. Mothersbaugh, 2018). Bagi pekerja ojek *online*, motivasi untuk menggunakan sepeda motor listrik mungkin didorong oleh keinginan untuk menghemat biaya bahan bakar dan pemeliharaan, serta dukungan dari perusahaan untuk mengurangi jejak karbon. Persepsi terhadap sepeda motor listrik, seperti kemudahan penggunaan dan kenyamanan, juga akan memainkan peran penting dalam keputusan mereka. Selain itu, pengalaman sebelumnya dengan sepeda motor berbahan bakar bensin dapat mempengaruhi sikap mereka terhadap perubahan ini.

Menghadapi tawaran produk sepeda motor listrik, konsumen dihadapkan pada situasi jual beli. Dalam menentukan keputusan untuk membeli sesuatu, seorang konsumen dipengaruhi baik faktor internal maupun faktor eksternal di luar dirinya. Faktor internal meliputi: persepsi, pembelajaran, memori, motif, kepribadian, emosi, dan sikap. Faktor Eksternal budaya, sub-budaya, demografi, status sosial, kelompok referensi, dan keluarga (David L. Mothersbaugh, 2018).

Pengaruh-pengaruh tersebut menyebabkan konsumen mengambil keputusan secara kognitif, habitual ataupun efektif (R.Solomon, 2017). Keputusan kognitif adalah keputusan yang disengaja, rasional, didasarkan pada pertimbangan-pertimbangan berdasarkan data dan fakta. Adapun keputusan habitual terjadi karena proses kebiasaan saja. Sedangkan keputusan efektif terjadi akibat emosi konsumen. Proses pengambilan keputusan pembelian konsumen terdapat lima tahap yang terdiri dari pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi

alternatif, pembelian produk, dan evaluasi pasca pembelian (Blackwell, 2024). Pekerja ojek *online* yang mempertimbangkan penggunaan sepeda motor listrik akan melalui proses ini. Misalnya, pengenalan masalah bisa dimulai dari kebutuhan untuk mengurangi biaya operasional atau meningkatkan efisiensi kerja. Pencarian informasi bisa melibatkan penilaian terhadap performa, biaya, dan manfaat sepeda motor listrik dibandingkan dengan sepeda motor berbahan bakar bensin. Evaluasi alternatif akan mempertimbangkan aspek seperti biaya perawatan dan ketersediaan infrastruktur pengisian daya. Keputusan pembelian akan dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti harga, insentif dari perusahaan ojek *online*, dan kesadaran lingkungan.

Dalam kerangka perilaku konsumen terdapat satu unsur penting yang disebut niat beli. Niat beli diartikan sebagai perilaku konsumen yang timbul berdasarkan pengalaman dalam melakukan tindakan memilih, menggunakan, dan mengonsumsi suatu produk tertentu (Kotler et al., 2016).

Dalam konteks sepeda motor listrik di Indonesia, niat beli diartikan sebagai keputusan untuk menggunakan teknologi yang tergolong baru (*early adopter*). Penelitian terdahulu menyebutkan bahwa niat beli konsumen pada kendaraan listrik timbul akibat keinginan untuk melindungi lingkungan dari kerusakan, salah satunya dengan pengurangan emisi karbon (He et al., 2018).

Secara konteks teori bahwa para pekerja ojek tidak akan serta merta mengganti sepeda motor berbahan bakar bensin dengan sepeda motor listrik (Asti et al., 2020). Ada banyak hal yang membuat para pekerja ojek masih mempertahankan sepeda motor berbahan bakar bensin. Preferensi terhadap sepeda motor listrik tergantung pada banyak faktor yang masih harus diuji, yaitu kenyamanan, kemudahan pemeliharaan, harga beli, daya tahan kendaraan. Sebelum menjatuhkan pilihannya terhadap sepeda motor listrik, seseorang pasti akan membandingkan lebih dahulu kualitas-kualitas tersebut pada sepeda motor listrik atau berbahan bakar bensin, serta dipengaruhi pula variabel mutu kesadaran lingkungan para konsumen itu sendiri. Tentang hal ini perlu adanya kajian lebih mendalam.

METODOLOGI PENELITIAN

Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif yang sesuai dengan tujuannya yaitu untuk mengetahui jenis sikap tertentu responden terhadap penggunaan sepeda motor listrik. Data yang diperlukan adalah data primer yang diperoleh sebagai jawaban langsung para responden. Sifat pertanyaan bersifat tertutup, yang berbentuk pilihan berganda dengan jumlah pilihan yang bervariasi sesuai konteks permasalahan yang ditanyakan, yang terdiri dari, Alasan Penggunaan, Kepuasan Penumpang, Kemudahan dan Kesulitan penggunaan, Kepuasan kinerja Motor Listrik, Cara memperoleh motor Listrik, Kembali menggunakan Bahan bakar bensin, Keluhan Penumpang, Isu Lingkungan, Penghargaan Perusahaan

Adapun lembar kuisioner dibuat dalam format *google form* sehingga akumulasi hasil dapat langsung digambarkan secara visual dalam bentuk diagram. Gambaran visual hasil penelitian tersebut kemudian dianalisa dan selanjutnya dibuat kesimpulan umum.

Sampel

Penelitian ini meliputi sepuluh butir pertanyaan tertutup yang harus dijawab responden. Para responden acak adalah para pekerja ojek *online* yang dijumpai peneliti di pos-pos ojek di Jakarta Pusat dan sekitarnya. Namun asal para pekerja ini beragam yang meliputi dari Kota Jakarta maupun daerah-daerah di luar Jakarta, termasuk Jawa Tengah, Jawa Timur, dan Lampung. Penelitian dilaksanakan pada bulan Januari 2023 hingga Mei 2023 terhadap 102 responden.

HASIL PENELITIAN

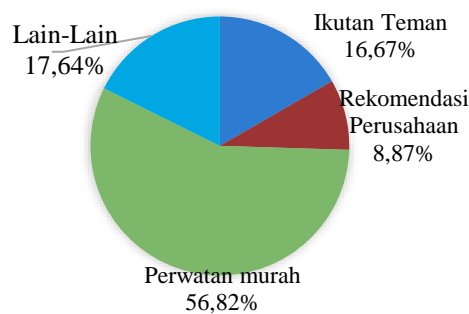
Berikut ini adalah penjelasan hasil dan pembahasannya untuk setiap pertanyaan yang diajukan kepada responden. Hasil ditampilkan secara visual dalam bentuk diagram lingkaran yang menggambarkan distribusi pilihan responden terhadap pilihan-pilihan yang diajukan pada setiap pertanyaan.

Alasan Menggunakan Sepeda Motor Listrik

Gambar 1 memperlihatkan bahwa mayoritas responden (56,82%) memilih alasan penggunaan motor listrik adalah karena biaya pengadaan dan pemeliharaan yang lebih murah daripada motor berbahan bakar

bensin. Sistem pada sepeda motor listrik hanya berupa sebuah motor listrik yang digerakkan dengan baterai sebagai sumber tenaga, serta sistem mekanik dan pelumasan yang lebih sederhana. Adapun alasan sekedar ikut-ikutan teman lain yang lebih dulu menggunakan (16,67%) sifatnya lebih bermakna psikologis, karena para pekerja ojek merupakan komunitas dimana mereka saling bergaul dengan akrab. Satu orang yang merasa puas menggunakan sepeda motor listrik akan mudah menularkan pengaruhnya kepada teman yang lain.

Persentase terkecil yaitu 8,87% karena alasan adanya rekomendasi perusahaan. Ini mengindikasikan bahwa perusahaan cukup memiliki kesadaran lingkungan karena salah satu tujuan pabrikasi kendaraan bermotor listrik secara besar-besaran adalah sebagai alternatif jawaban atas isu-isu lingkungan yang kian mengemuka.

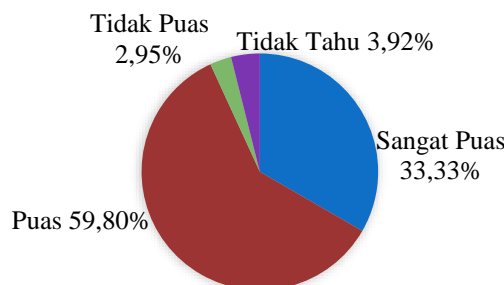


Gambar 1. Diagram Distribusi Alasan Responden Menggunakan Sepeda Motor Listrik

Namun cukup menarik bahwa 17,64% responden mengemukakan pilihan alasan ‘lain-lain’. Persentase ini cukup tinggi. Memang tak ada penggalian keterangan lebih lanjut tentang hal ini, sehingga bagian ini bisa menjadi kajian lebih lanjut. Alasan karena permintaan pelanggan ternyata persentasenya sangat kecil yaitu 0,05% tidak tercantum dalam gambar. Dapat disimpulkan bahwa para pelanggan sejatinya tak peduli terhadap jenis kendaraan yang dipakai untuk melayani mereka.

Kepuasan Penumpang yang Menggunakan Layanan Sepeda Motor Listrik

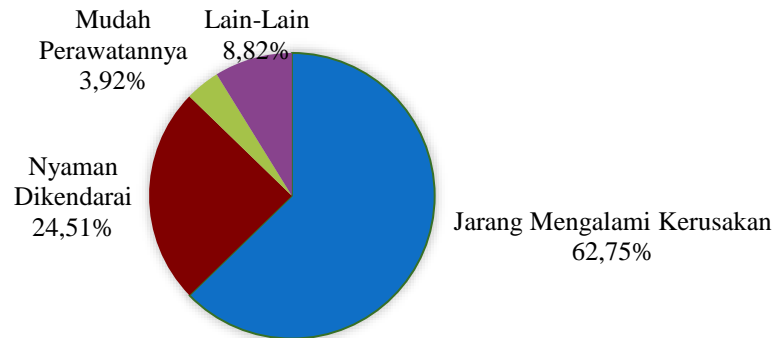
Pada Gambar 2 berikut ini diperlihatkan data primer diperoleh oleh para pekerja ojek secara langsung dari para pelanggannya melalui aplikasi layanan ojek *online* yang tersedia di *smart phone* di kedua belah pihak. Terbaca bahwa sebahagian besar pelanggan menyatakan puas (59,80%), sangat puas (33,33%) dan tidak tahu sebesar (3,92%) dengan layanan ojek sepeda motor listrik sebesar. Namun demikian ada persentase kecil sebanyak (2,95%) yang menyatakan ketidakpuasannya. Dari beberapa survei melalui wawancara terbuka, mereka yang tidak puas menyatakan bahwa menumpang sepeda motor listrik terasa kaku sehingga perjalanan menjadi kurang nyaman.



Gambar 2. Diagram Distribusi Tingkat Kepuasan Penumpang yang Menggunakan Layanan Sepeda Motor Listrik

Kemudahan Dalam Menggunakan Sepeda Motor Listrik

Sebagian besar pekerja ojek menyatakan bahwa sepeda motor listrik nyaman dikendarai (24,51%). Kenyamanan ini bisa dipahami karena sepeda motor listrik menghasilkan getaran dan suara sangat sedikit dan tidak menghasilkan asap gas buang yang berbau dan bisa mengotori pakaian penumpang. Dua hal ini merupakan pembeda yang sangat signifikan antara sepeda motor listrik dengan sepeda motor berbahan bakar bensin.



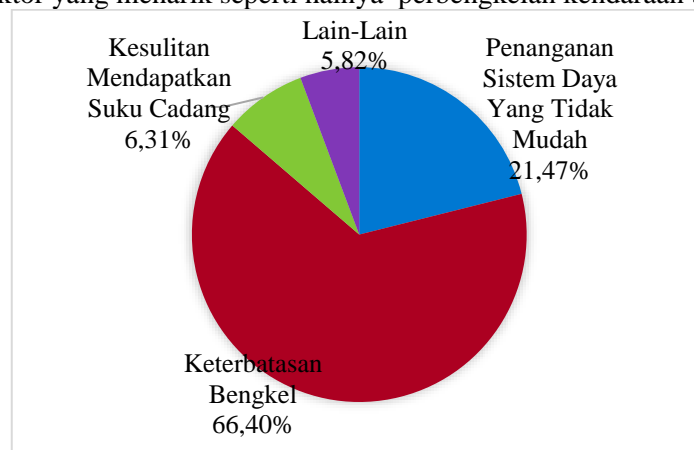
Gambar 3. Diagram Distribusi Pendapat Responden Tentang Kemudahan Menggunakan Sepeda Motor Listrik

Sementara sebahagian pekerja ojek menyatakan bahwa sepeda motor listrik cukup mudah perawatannya(3.92%). Pengertian mudah tentu saja mengacu pada ketiadaannya motor bakar dan sistem mekanik yang rumit. Sepeda motor listrik tidak memerlukan perawatan seperti penggantian oli secara berkala, pembongkaran mesin, pembersihan karburator, pembersihan knalpot, dan lain-lain.

Hal yang juga menarik terungkap bahwa tak ada satupun pekerja ojek yang menyatakan alasan pemilihan penggunaan sepeda motor listrik karena sarana transportasi ini jarang mengalami kerusakan (62.75%). Adapun responden yang memberikan alasan lain-lain tidak(8,82%) dapat disimpulkan, oleh karena itu perlu didalami melalui penelitian lebih lanjut.

Kesulitan dalam Menggunakan Sepeda Motor Listrik

Gambar 4. Sebagian besar responden menyatakan bahwa belum tersedianya bengkel khusus sepeda motor listrik sebagai alasan utama (66,40%). Hal ini bisa dimengerti karena jumlah pengguna kendaraan berbasis motor listrik di masyarakat relatif masih sedikit. Dengan demikian bisnis perbengkelan kendaraan motor listrik tentu belum menjadi sektor yang menarik seperti halnya perbengkelan kendaraan berbahan bakar bensin.

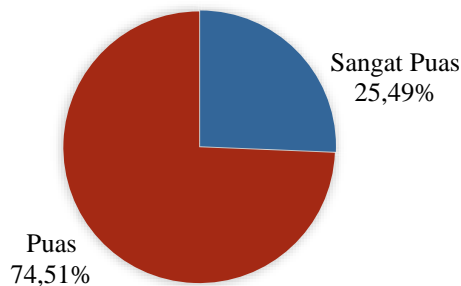


Gambar 4. Diagram Distribusi Pendapat Responden Tentang Kesulitan dalam Menggunakan Motor Listrik

Penanganan sistem daya yang tidak mudah menjadi sebab kesulitan dengan persentase yang lebih rendah (21,47%). Seperti diketahui bahwa stasiun pengisian daya untuk baterai yang kehabisan daya belum bisa dijumpai dengan mudah karena keterbatasan bengkel. Menyikapi keadaan ini, para pekerja ojek harus cermat. Biasanya mereka membawa baterai cadangan yang bisa difungsikan bila baterai utama kehabisan daya. Persentase nilai 6,31%, menyatakan alasan menghadapi kesulitan mendapatkan suku cadang. Persentase yang relatif cukup kecil ini menjadi paradoks terhadap fakta bahwa ketersediaan bengkel yang masih sedikit. Dengan demikian dapat diduga kuat bahwa sistem otomotif sepeda motor listrik adalah sistem yang kokoh, kompak, awet, dan tidak mudah rusak. Adapun sejumlah kecil persentase sisanya tak mengungkapkan rincian secara jelas. Hal mana bisa menjadi bahan penelitian dan kajian tersendiri.

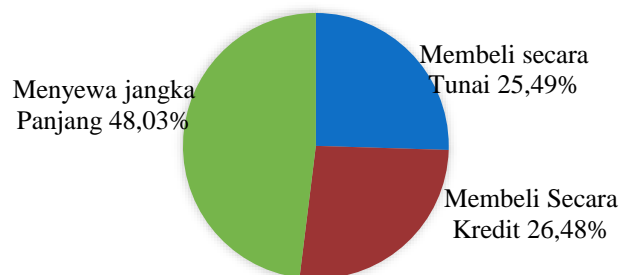
Tingkat Kepuasan Terhadap Kinerja Sepeda Motor Listrik

Untuk tingkat kepuasan terhadap kinerja sepeda motor listrik, praktis seluruh responden menyatakan kepuasan dengan gradasi yang terbagi atas sangat puas dan tidak puas. Ini berkorelasi langsung dengan keempat data sebelumnya.



Gambar 5. Distribusi Kepuasan Responden Terhadap Kinerja Sepeda Motor Listrik

Cara Mendapatkan Sepeda Motor

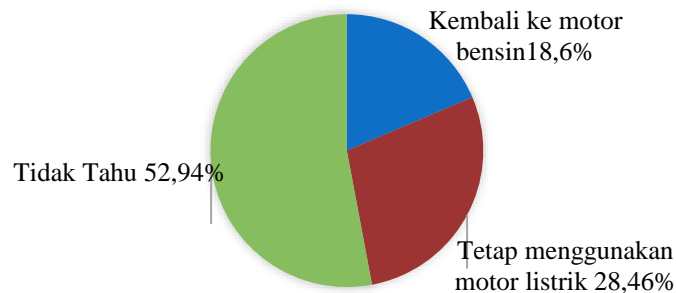


Gambar 6. Diagram Distribusi Cara Responden Mendapatkan Sepeda Motor Listrik

Pada gambar 6 di atas terungkap bahwa hampir setengah responden mendapatkan sepeda motor listrik dengan cara menyewa untuk jangka waktu tertentu (48,03%). Ada beberapa kemungkinan yang mendasari temuan ini. Pertama, para responden memang belum memiliki dana cukup untuk membeli. Kedua, responden masih menjajaki kecocokan penggunaannya. Jadi mereka sebenarnya belum merasa pasti akan membeli atau tidak. Tetapi penelitian ini tidak mengungkap persentase dari dua kemungkinan tersebut.

Kemudian selebihnya terbagi dua hampir sama besar yaitu masing-masing membeli secara tunai dan membeli secara kredit. Responden pada kedua kelompok ini tentunya memang sudah merasa cocok menggunakan sepeda motor listrik.

Kemungkinan Beralih Kembali Ke Sepeda Motor Berbahan Bakar Bensin



Gambar 7. Diagram Distribusi Sikap Responden Terhadap Kemungkinan Kembali Menggunakan Sepeda Motor Bensin

Ketika ditanyakan kemungkinan beralih kembali ke sepeda motor berbahan bakar bensin, sebagian besar responden menyatakan keraguannya. Terlepas dari kepuasan yang tinggi terhadap kinerja sepeda motor listrik, kemungkinan besar para responden masih mempertanyakan keberlangsungan (*sustainability*) keberadaan sepeda motor listrik. Di lain pihak, sepeda motor berbahan bakar bensin senantiasa tampil menarik baik dari sisi penampilan, kinerja, harga, maupun kemudahan mendapatkannya.

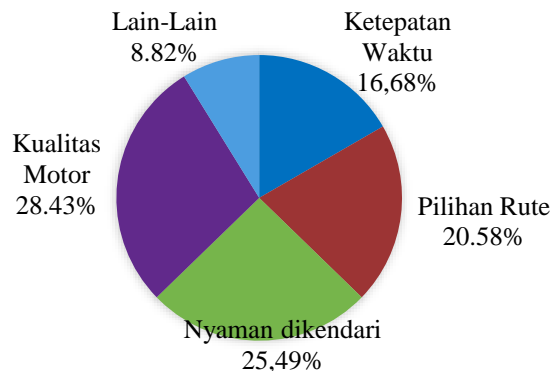
Persentase jawaban responden yang lebih kecil menyatakan kepastiannya untuk tetap menggunakan sepeda motor listrik. Sedangkan persentase terkecil menyatakan akan kembali menggunakan sepeda motor berbahan bakar bensin. Kelompok terakhir ini kemungkinan besar disebabkan oleh ketertarikan mereka kepada sifat sepeda motor berbahan bakar bensin masa kini. Seperti diketahui, jumlah produksi sepeda motor berbahan bakar bensin semakin besar dari waktu ke waktu dengan penampilan yang makin memikat, tenaga yang cukup tinggi, dan harga yang tetap terjangkau bahkan oleh masyarakat kelas bawah.

Keluhan Penumpang

Berdasarkan Gambar 2 di atas diketahui bahwa tingkat ketidakpuasan pelanggan relatif rendah. Adapun Gambar 8 menampilkan eksplorasi lebih lanjut terhadap ketidakpuasan pelanggan tersebut. Eksplorasi ini tentu saja hanya terhadap hal-hal yang terkait langsung dengan kinerja teknis sepeda motor listrik, bukan pada aspek mutu pelayanan oleh sumber daya manusianya.

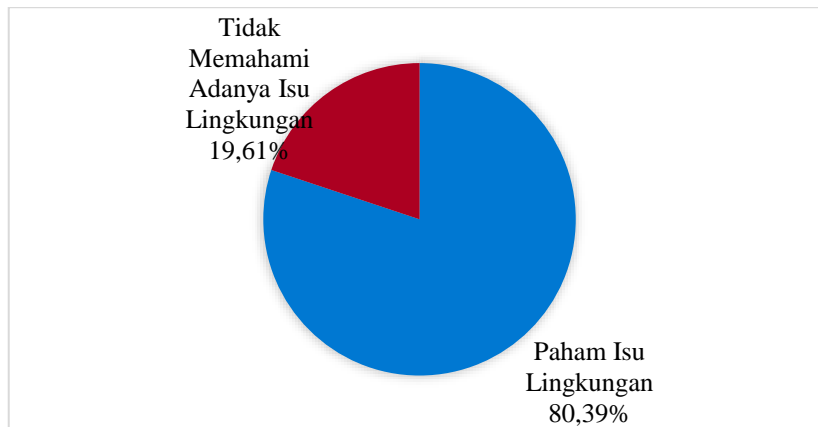
Beberapa hal teknis yang ditinjau meliputi ketepatan waktu, pilihan rute, kenyamanan berkendara, kualitas motor, dan lain-lain, ternyata masing-masing memiliki persentase yang hampir tak jauh berbeda. Namun demikian kualitas motor menempati porsi yang tertinggi. Ini sebetulnya adalah hal yang bisa dimaklumi seperti terjadi pada penggunaan sepeda motor berbahan bakar bensin. Kualitas kendaraan yang menurun akan langsung dirasakan secara fisik oleh penumpang, seperti kehalusan suspensi dan getaran, kehalusan rem, kehalusan tarikan gas, dan kestabilan laju.

Adapun ketidakpuasan lain sifatnya juga merupakan keluhan umum kendaraan yang memang tidak bisa dihindari.



Gambar 8. Diagram Distribusi Keluhan Penumpang Terhadap Layanan Ojek Sepeda Motor Listrik

Sikap Terhadap Isu Lingkungan

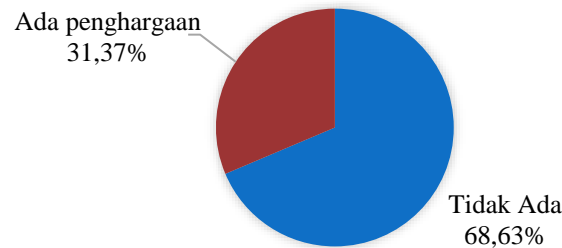


Gambar 9. Diagram Distribusi Sikap Terhadap Isu Lingkungan

Penggunaan bahan bakar fosil dunia telah sampai tahap yang mengancam kehidupan dengan terjadinya pemanasan global (Ramadani Syafitri, 2022). Hadirnya sepeda motor listrik di masyarakat diharapkan membantu mengendalikan efek pemanasan global yang berbahaya ini. Pada Gambar 9 diperlihatkan diagram distribusi sikap para responden terhadap isu lingkungan ini. Hal yang menggembirakan adalah bahwa sebahagian besar responden memahami isu ini sebagai alasan diproduksinya sepeda motor listrik. Namun demikian edukasi berkelanjutan tetap harus dilakukan untuk memperkecil jumlah mereka yang tampaknya memang belum memahami aspek lingkungan yang penting ini.

Penghargaan Khusus dari Perusahaan

Terkait dengan isu lingkungan, perusahaan perlu mendorong para partnernya menggunakan sepeda motor listrik. Pada Gambar 10 memperlihatkan diagram distribusi pengguna yang menerima penghargaan dan tidak. Seperti terlihat pada diagram tersebut bahwa sebahagian besar responden tak menerima penghargaan dan hanya sebagian kecil saja yang menerimanya. Pihak perusahaan diduga belum optimal dalam mendorong para partnernya untuk menggunakan sepeda motor listrik. Seyogyanya pihak perusahaan lebih banyak berbagi penghargaan demi tercapainya keberhasilan bersama dalam menjawab isu lingkungan ini.



Gambar 10. Diagram Distribusi Penghargaan Kesadaran Lingkungan yang Diterima Pekerja Ojek dari Perusahaan

PEMBAHASAN

Faktor utama yang memengaruhi adopsi sepeda motor listrik di kalangan pekerja ojek online adalah efisiensi ekonomi dan kesadaran lingkungan. Responden menyebutkan bahwa biaya pengadaan dan pemeliharaan sepeda motor listrik yang lebih rendah dibandingkan dengan motor berbahan bakar bensin menjadi alasan dominan. Namun, dukungan dari perusahaan ojek online dan pemerintah dinilai belum optimal, sebagaimana ditunjukkan oleh diagram hanya 31,37% responden yang merasa ada insentif nyata dari perusahaan. Peningkatan dukungan dalam bentuk insentif, seperti potongan harga atau subsidi tambahan, sangat diperlukan untuk mempercepat transisi ke kendaraan listrik. Selain itu, perusahaan dapat memberikan penghargaan atau insentif tambahan kepada mitra yang menggunakan sepeda motor listrik, seperti bonus finansial atau penghargaan berbasis kinerja lingkungan.

Kurangnya infrastruktur, terutama stasiun pengisian daya yang memadai, menjadi kendala signifikan dalam operasional sepeda motor listrik. Hal ini memaksa para pekerja untuk membawa baterai cadangan sebagai solusi sementara. Meskipun hal ini membantu, keterbatasan ketersediaan baterai cadangan dan akses ke stasiun pengisian daya tetap menjadi penghalang utama. Selain itu, minimnya bengkel khusus untuk perawatan sepeda motor listrik juga menjadi tantangan, meskipun responden mencatat bahwa komponen motor listrik cenderung lebih tahan lama dibandingkan motor berbahan bakar bensin. Oleh karena itu, investasi dalam infrastruktur pengisian daya dan pelatihan teknis untuk bengkel motor listrik menjadi langkah penting untuk mendukung pertumbuhan pengguna.

Sebagian besar responden memahami bahwa adopsi sepeda motor listrik memiliki dampak positif terhadap lingkungan. Namun, edukasi lebih lanjut tetap diperlukan untuk menjangkau kelompok yang belum menyadari pentingnya pengurangan emisi karbon. Kampanye kesadaran yang didukung oleh perusahaan ojek online dapat menjadi strategi efektif untuk meningkatkan pemahaman ini.

KESIMPULAN

Penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa sepeda motor listrik adalah kendaraan alternatif pengganti kendaraan berbahan bakar bensin yang cukup diminati para pekerja ojek. Indikasi minat ini ditunjukkan melalui beberapa respon positif yang penting yaitu kemudahan mendapatkan kendaraan, tingkat kepuasan penggunaan baik yang dirasakan penumpang maupun pekerja ojek, dan adanya kesadaran serta motivasi terhadap isu lingkungan. Ketiga indikator tersebut memberikan gambaran nyata terhadap masa depan sepeda motor listrik yang cukup baik sebagai alat transportasi pilihan yang nyaman, baik bagi para pekerja ojek maupun masyarakat pengguna secara umum.

DAFTAR PUSTAKA

Asti, M., Supriyadi, I., & Yusciantoro, P. (2020). Analisa Penggunaan Sepeda Motor Listrik Bagi Transportasi Online Terhadap Ketahanan Energi (Studi Pada Gojek). *Ketahanan Energi*, 6(1).

- Aviani, N. (2024). Implementasi Perpres Nomor 55 Tahun 2019 Tentang Percepatan Program Kendaraan Bermotor Listrik Berbasis Baterai (Battery Electric Vehicle) Untuk Transportasi Jalan Di Kota Singkawang. *Jurnal Borneo Akcaya*, 10(1), 44–59. <https://doi.org/10.51266/jba.v10i1.360>
- Blackwell, E. kollat. (2024). The Engel Kollat Blackwell (EKB) Model of Consumer Behavior. *MBA Knowledge Base*. https://www.mbaknol.com/marketing-management/the-engel-kollat-blackwell-model-of-consumer-behavior/#google_vignette
- David L. Mothersbaugh, D. I. H. (2018). Consumer Behavior Consumer behavior. In *Pearson Education India* (Vol. 27, Issue 23). <http://www.pearsonmylabandmastering.com>
- Detik.com. (2023, August 31). *Jakarta peringkat 1 kota paling berpolusi sedunia versi IQAir siang ini*. Detik.Com. <https://news.detik.com/berita/d-6905686/jakarta-peringkat-1-kota-paling-berpolusi-sedunia-versi-iq-air-siang-ini>
- Dirjen Perhubungan Darat, B. komunikasi dan informasi publik. (2017). *PM 26 Tahun 2017 tentang Revisi Aturan Angkutan Sewa Online Diberlakukan dengan Masa Transisi*. Dirjen Perhubungan Darat. <https://dephub.go.id/post/read/pm-26-tahun-2017-tentang-revisi-aturan-angkutan-sewa-online-diberlakukan-dengan-masa-transisi#>
- He, X., Zhan, W., & Hu, Y. (2018). Consumer purchase intention of electric vehicles in China: The roles of perception and personality. *Cleaner of Production*, 204. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.08.260>.This
- kabar bisnis.com. (2019). Driver Go-Jek sukses “kelilingi bumi 100.000 kali” sepanjang 2018. *Konten Media Partner*. <https://kumparan.com/kabarbisnis/driver-go-jek-sukses-kelilingi-bumi-100-000-kali-sepanjang-2018-1546858940524440109>
- Kabar Bisnis.com. (2023). *Asosiasi Sebut Motor Listrik di Indonesia Capai 30.837 Unit Artikel ini telah tayang di Bisnis.com dengan judul “Asosiasi Sebut Motor Listrik di Indonesia Capai 30.837 Unit”, Klik selengkapnya di sini: https://otomotif.bisnis.com/read/20230223/273/1631208*. Anshary Madya Sukma. android: <http://bit.ly/AppsBisniscomPS%0AiOS>: <http://bit.ly/AppsBisniscomIOS>
- Kotler, P., Keller, K., Brady, M., Goodman, M., & Hansen, T. (2016). *Marketing Management* (3rd ed.). Pearson.
- Ministry of Environment, I. R. (2018). Brown to Green: Transisi G20 menuju Ekonomi Rendah Karbon. *Indonesia Fakta Nasional*, 1–15. https://www.climate-transparency.org/wp-content/uploads/2018/12/BTG-Indonesia-Profile-Bahasa-Indonesia_21.11.18.pdf
- R.Solomon, M. (2017). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being* (12th ed.). Pearson. <https://www.amazon.com/Consumer-Behavior-Buying-Having-Being/dp/0134129938>
- Ramadani Syafitri, E. P. (2022). Bakti sosial blanded. *Jurnal Bakti Sosial*, 1(1), 7–13.
- Statistik, B. P. (2024). *Jumlah kendaraan bermotor*. Badan Pusat Statistik. <https://www.bps.go.id/indicator/17/57/1/jumlah-kendaraan-bermotor.html>
- Supriyatna, I. (2016, November 7). BPS Sebut “Ojek Online” Mampu Tekan Angka Pengangguran Artikel ini telah tayang di Kompas.com dengan judul “BPS Sebut ‘Ojek Online’ Mampu Tekan Angka Pengangguran”,. *Kompas.Com*. <https://money.kompas.com/read/2016/11/07/175237426/bps.sebut.ojek.online.mampu.tekan.angka.pengangguran>.