

ABSTRAK

Bangsa Indonesia sedang mengalami Bencana Nasional Pandemi COVID-19. Pada sektor transportasi *online* yaitu ojek *online*, sangat rentan terhadap penyebaran virus COVID-19 karena jarak antara pengemudi dan penumpang yang dekat, fasilitas kendaraan misalnya helm yang telah terpapar virus, pengemudi yang sedang terjangkiti virus dan sebagainya. Kondisi saat pandemi memaksa perusahaan penyedia jasa untuk tetap menjaga kualitas pelayanan yang disesuaikan dengan peraturan dan protokol kesehatan untuk menekan laju penyebaran virus. Berubahnya pelayanan yang terjadi pada transportasi dapat mempengaruhi persepsi masyarakat serta perilakunya dalam menggunakan moda transportasi tersebut. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan menganalisis persepsi dan perilaku sehingga dapat diketahui faktor yang mempengaruhi penggunaan ojek *online* di masa pandemi COVID-19.

Metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dan *exploratory factor analysis* (EFA) untuk menentukan faktor persepsi dan perilaku penggunaan ojek *online* di masa pandemi COVID-19. EFA dimulai dari tahap pemilihan variabel dengan *Kaiser-Meyer Olkin* (KMO), *Bartlett Test* dan *Measure of Sampling Adequacy* (MSA) kemudian ekstraksi faktor dengan metode *Principle Component Analysis* (PCA) serta rotasi faktor dengan metode *varimax*. Proses pengambilan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner secara daring menggunakan formulir *online* dengan metode *convenience sampling*.

Hasil penelitian ini diperoleh dari 40 item pertanyaan tentang angkutan penumpang yang kemudian dianalisis dengan EFA sehingga diperoleh 16 variabel yang dapat dikelompokkan menjadi 5 faktor persepsi dan perilaku penggunaan ojek *online* di masa pandemi yaitu faktor keselamatan penumpang, faktor protokol kesehatan, faktor kinerja ojek *online*, faktor fasilitas layanan kesehatan dan faktor kemauan pengguna dan faktor kepuasan pengguna angkutan barang. Sedangkan 7 item pertanyaan tentang angkutan barang, setelah dianalisis diperoleh 6 variabel yang dikelompokkan menjadi 1 faktor yaitu faktor kepuasan pengguna angkutan barang.

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

ABSTRACT

Indonesia is experiencing the National Disaster of the COVID-19 Pandemic. In the *online* transportation sector, Motorcycle-Based-ride-hailing (MBRH) is very vulnerable to the spread of the COVID-19 virus because of the close distance between the driver and passengers, vehicle facilities such as helmets exposed to the virus, drivers who are infected with the virus, and so on. The conditions during pandemic forced service providers to maintain service quality in accordance with health regulations and protocols to suppress the spread of the virus. Changes in services that occur in transportation could affect people's perceptions and behavior in using these modes of transportation. Therefore, this study aims to analyze perceptions and behaviors to see the factors that influence the use of MBRH during the COVID-19 pandemic.

The analytical method used is descriptive analysis and exploratory factor analysis (EFA) to determine the perception and behavior factors of using MBRH during the COVID-19 pandemic. EFA is started from the variable selection stage using KMO, Bartlett Test and MSA then factor extraction using the PCA method and factor rotation using the *varimax* method. The data collection process was carried out using an *online* questionnaire using an *online* form with a *convenience* sampling method.

The results of this study were obtained from 40 questions about passenger transportation which were then analyzed by EFA in order to obtain 16 variables that could be 5 factors of perception and behavior of using Motorcycle-Based-ride-hailing (MBRH) during the pandemic, namely passenger safety factors, health protocol factors, performance factors, facilities factors health services and user willingness factors and user satisfaction factors for freight transport. 7 items about freight transportation, after analyzing the 6 variables that influence the user into 1 factor, namely the factor of satisfaction with freight transportation.

Keywords: perception, behavior, Motorcycle-based ride-hailing, exploratory factor analysis