

## Pemilihan Jasa Transportasi Online Pada Masyarakat Kota Bekasi Dengan Menggunakan Analytical Hierarchy Process

Sarah Dwi Puspita<sup>1</sup>, Anastasia Siwi Fatma Utami<sup>2</sup>, Feri Prasetyo<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Sistem Informasi, Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer Nusa Mandiri  
Jl. Raya Kaliabang No.8, Perwira, Bekasi, Indonesia  
sarahdwi2907@nusamandiri.ac.id

<sup>2</sup>Program Studi Sistem Informasi Akuntansi, Universitas bina sarana informatika  
Jl. Kramat Raya No.98, Jakarta Pusat, Indonesia  
Anastasia.asf@bsi.ac.id

<sup>3</sup>Program Studi Sistem Informasi Akuntansi, Universitas bina sarana informatika  
Jl. Kramat Raya No.98, Jakarta Pusat, Indonesia  
feri.fpo@bsi.ac.id

**Abstract** - Current technological developments are very fast with every necessary that is almost require technology support included some application program that made things very fast and practically such as online transportation services program. however not just only one online transportation application device, but many other online transportation applications are popping up and can make the user hesitant to choose which online transportation services are qualified. Selection of useful criteria for selection of online transportation services using approach Analytical Hierarchy Process bring trough users or customer online transportation services get to know how to choose online transportation as desired. the population of this research are some people in the city of bekaasi with more or less 30 questionnaires. from the research results obtained Grab is a strategis alternative to the selection of online transportation services using the analytical hierarchy process which gets first priority with a weight of 0,581 or is comparable to 58,1% of other alternatives.

**Keyword:** Online Transportation, Application Program, Technology, Analytical Hierarchy Process.

**Abstrak** – Perkembangan teknologi saat ini sangat cepat dengan setiap kebutuhan yang hampir membutuhkan bantuan teknologi termasuk beberapa program aplikasi yang membuat sesuatunya sangat cepat dan praktis seperti program jasa transportasi *online*. Akan tetapi bukan hanya satu aplikasi transportasi *online*, melainkan banyak aplikasi-aplikasi transportasi *online* lain yang bermunculan dan dapat membuat pengguna menjadi ragu untuk memilih jasa transportasi *online* mana yang berkualitas. Pemilihan kriteria yang berguna untuk pemilihan jasa transportasi *online* menggunakan pendekatan *Analytical Hierarchy Process* dan pengolahan data menggunakan *software Expert Choice* memungkinkan pengguna atau pelanggan jasa transportasi *online* jadi mengetahui bagaimana cara memilih transportasi *online* sesuai yang diinginkan. Populasi dari penelitian ini adalah beberapa masyarakat kota bekaasi dengan kuesioner kurang lebih sebanyak 30. Dari hasil penelitian diperoleh Grab adalah alternatif strategis pemilihan jasa transportasi *online* dengan menggunakan *Analytical Hierarchy Process* yang mendapat prioritas utama dengan bobot sebesar 0,581 atau sebanding dengan 58,1% dari alternatif yang lain

**Kata kunci :** Transportasi Online, Aplikasi Program, Tehnologi, Analytical Hierarchy Process.

### 1.a. Latar Belakang

Saat ini kita berada dalam kehidupan dengan perkembangan teknologi yang sangat cepat, dan hampir keseluruhan kebutuhan manusia sangat bergantung pada teknologi yang sekarang ini terus-menerus berevolusi. Teknologi

berkembang dengan sangat drastis dan semakin mendunia, berbagai macam penemuan terbaru teknologi dan berbagai macam aplikasi yang ditawarkan setiap perusahaan yang terus bersaing.

Aplikasi adalah program yang dibuat untuk membuat sesuatu yang bermanfaat untuk masyarakat dan dibuat untuk membantu pekerjaan manusia dalam segala bidang. Aplikasi yang bermanfaat adalah aplikasi yang dapat digunakan semaksimal mungkin untuk mencapai tujuannya.

Menurut Wijaya dalam bukunya yang berjudul Aspek Hukum Bisnis Transportasi Jalan Online (2006:1) Fenomena transportasi jalan *online* merupakan fenomena perkembangan dunia transportasi dan komunikasi di seluruh dunia pada umumnya dan Indonesia pada khususnya.

Pada tahun 2015 muncul fenomena terbaru bagi perkembangan layanan transportasi yaitu Transportasi *Online*. Dalam kurun waktu beberapa bulan saja, transportasi *online* berkembang dengan sangat cepat dan mampu meningkatkan kualitas pelayanan transportasi untuk kebutuhan masyarakat.

Menurut Wyckof dalam Nasution, (2004:47) mendefinisikan kualitas jasa adalah “Tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan”.

Dan sedangkan menurut Lewis dan Boom dalam Tjiptono, (2005:121) mendefinisikan kualitas jasa sebagai “ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan”.

Akan tetapi bukan hanya satu aplikasi transportasi *online* melainkan muncul beberapa macam aplikasi transportasi *online* yang menawarkan kriteria yang berbeda-beda sehingga memunculkan kualitas pelayanan yang berbeda juga dan menambah daya saing antara sesama perusahaan transportasi *online*.

Menurut Parasuraman dalam Suarico dan Agustina, (2003:93-98) merumuskan dimensi kualitas jasa yang dapat dijadikan sebagai alat ukur untuk menilai jasa atau pelayanan, salah satunya contohnya adalah dengan *Reliability*, yang didefinisikan sebagai kemampuan untuk melakukan layanan yang dijanjikan secara terpercaya dan akurat. Setiap konsumen menginginkan penyedia jasa yang tepat janji untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan

mereka, terutama dalam menepati janji-janji tentang atribut layanan inti. Semua penyedia jasa perlu menyadari harapan pelanggan terhadap aspek reliabilitas. Pentingnya pemenuhan aspek *reliability* juga didukung oleh teori yang mengungkapkan bahwa harapan konsumen tentang sebuah layanan cenderung meningkat ketika layanan tersebut tidak dipenuhi seperti yang dijanjikan. Ketika kegagalan terhadap pelayanan terjadi, zona toleransi pelanggan cenderung akan menyusut dan tingkat layanan yang memadai dan yang mereka inginkan cenderung untuk meningkat.

Berdasarkan uraian tersebut dan penelitian terdahulu maka penulis tertarik untuk membuat penelitian ini dengan judul: “**Pemilihan Jasa Transportasi *Online* Pada Masyarakat Kota Bekasi Dengan Menggunakan *Analytical Hierarchy Process*”.**

#### **1.b. Metode Penelitian**

Penulis memerlukan sejumlah data sebagai bahan-bahan masukan yang mampu mendukung penulisan skripsi ini. Data-data tersebut diperoleh dari:

##### **A. Observasi**

Penulis melakukan pengamatan langsung terhadap objek penelitian di lingkungan masyarakat kota Bekasi untuk mendapatkan data dan informasi yang diperlukan untuk mengetahui kualitas pelayanan yang diberikan jasa transportasi *online*.

##### **B. Wawancara**

Penulis melakukan tanya jawab dengan pengguna-penggunanya serta sebagian masyarakat kota Bekasi, untuk mendapatkan informasi yang lengkap dan jelas.

##### **C. Studi Pustaka.**

Dalam metode ini penulis melakukan studi melalui referensi yang ada pada buku-buku dan mencari tahu bagaimana cara mengaplikasikan dan menggunakan metode yang akan digunakan oleh penulis.

Dan penggunaan metode AHP Menurut Faisal (2015:4), AHP memiliki banyak keunggulan dalam menjelaskan proses pengambilan keputusan, karena dapat digambarkan secara grafis, sehingga dapat dipahami oleh semua pihak yang terlibat dalam pengambilan keputusan. Dengan AHP, proses

keputusan kompleks dapat diuraikan menjadi keputusan-keputusan lebih kecil yang dapat ditangani lebih mudah. Selain itu, AHP juga menguji konsistensi penilaian, bila terjadi penyimpangan yang terlalu jauh dari nilai konsistensi sempurna maka hal ini menunjukkan bahwa penilaian perlu diperbaiki, atau hirarki harus distruktur ulang.

Penelitian diawali dengan pengamatan dan penerapan metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP) dalam pemilihan transportasi *online* yang bertujuan untuk membantu masyarakat kota Bekasi atau pengguna jasa transportasi *online* dapat menentukan pilihan dengan tepat dan sesuai dengan keinginannya.

Penelitian ini menyajikan rangkuman wawancara dan hasil *survey* yang berupa kuesioner. Dengan ini akan digambarkan kondisi pemilihan transportasi *online* yang ada di lingkungan kota Bekasi saat ini.

Selanjutnya dilakukan pencarian data sekunder yang ada di lapangan melalui berbagai media, seperti: internet, buku literatur dan jurnal serta artikel-artikel sehingga didapatkan informasi yang akurat mengenai pemilihan transportasi *online* dengan menggunakan AHP. Selain itu juga dilakukan identifikasi sistem dengan mempertimbangkan variabel-variabel pendukung penerapan AHP dengan cara melakukan wawancara dan pemberian kuesioner.

Berdasarkan hasil wawancara mengenai data, selanjutnya diolah dengan menggunakan pendekatan proses *Analytical Hierarchy Process* (AHP) untuk mendapatkan hasil berupa langkah-langkah yang harus dilakukan pada penerapan AHP. Keputusan yang diperoleh harus segera ditindaklanjuti berupa tindakan atau dapat dengan cara dikaji ulang keputusan tersebut bila ternyata diperoleh informasi baru yang dapat mempengaruhi hasil untuk mengurangi ketidakpastian, maka akan diperoleh keputusan yang baru.

## 2. Kajian Pustaka

### a. Penelitian sebelumnya

Suarico dan Agustina (2017) dalam penelitiannya yang berjudul "Kajian Kualitas Pelayanan Ojek *Online* dan Ojek Konvensional Menurut Pengguna" dengan metode penelitian deskriptif dan melalui pendekatan statistika deskriptif dan model *crosstab*. Penelitian ini dimaksudkan untuk mengukur kualitas

pelayanan sebagai alat ukur untuk menilai jasa/pelayanan pada setiap transportasi *online*. Dan hasil dari pembahasan penelitian ini adalah berdasarkan kualitas pelayanan ojek *online* secara keseluruhan pelayanan yang dirasakan sudah cukup baik, hal tersebut dibuktikan dengan penilaian kualitas pelayanan, dari kualitas pelayanan bukti fisik *tangible* tingkat kebersihan helm dan tingkat kelengkapan masker dan jas hujan responden sangat setuju bahwa dalam keadaan yang baik.

Beberapa penelitian yang terkait dengan penelitian ini diantaranya ditulis oleh Aptaguna dan Pitaloka (2016) yang meneliti tentang "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Jasa Go-Jek" penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, dan penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana selalu meningkatkan kualitas layanan yang diberikan oleh perusahaan dan konsumen agar dapat merasakan kualitas dari layanan yang diberikan sehingga konsumen dapat merasakan kepuasan dari penggunaan layanan jasa yang diberikan oleh perusahaan.

Penelitian lainnya yang terkait dengan penelitian ini ditulis oleh Purwanto (2016) yang meneliti tentang "Pemilihan Aplikasi Transportasi Ojek *Online* Dengan Menggunakan Metode AHP dan Topsis" untuk memberikan solusi yang terbaik dalam pemilihan transportasi *online* dan berdasarkan hasil evaluasi yang menjadi alternatif pemilihan ojek berbasis *online* dan prioritasnya adalah Uber kemudian Grab dan Gojek.

Faisal (2015) dalam penelitiannya yang berjudul "Sistem Penunjang Keputusan Pemilihan Sekolah Menengah Kejuruan Teknik Komputer dan Jaringan yang Terfavorit dengan Menggunakan *Multi-Criteria Decision Making*" dengan tujuan untuk menghasilkan sebuah Sistem Pendukung Keputusan untuk mempermudah pengambilan keputusan penentuan melanjutkan ke sebuah Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) berprogram studi Teknologi Informasi (TI) yang favorit, dengan menggunakan perangkat lunak Expert Choice 2000<sup>TM</sup> untuk teknik analisa *Analytical Hierarchy Process* (AHP). Sehingga dapat membantu para siswa-siswi lulusan SMP atau MTs tersebut umumnya dan khususnya bagi guru, dan orang tua siswa di sekolah tersebut dalam menentukan sekolah yang tepat untuk yang sesuai dengan minat serta kemampuan yang dimiliki.

## b. landasan teori

### 1. Jasa

Berikut ini akan dijelaskan beberapa pengertian jasa menurut para ahli:

1. Pengertian jasa menurut Zheithaml dan Bitner dalam buku Buchari Alma (2011:243) yang berjudul Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Jasa adalah suatu kegiatan ekonomi yang outputnya bukan produk dikonsumsi bersamaan dengan waktu produksi dan memberikan nilai tambah (seperti kenikmatan, hiburan, santai, sehat) bersifat tidak berwujud.
2. Selanjutnya menurut Kotler dalam buku Rambat Lupiyoadi (2013:7) yang berjudul Manajemen Pemasaran Jasa, yaitu jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan perpindahan kepemilikan apa pun. Produksi jasa mungkin berkaitan dengan produk fisik atau tidak.
3. Sedangkan menurut Kotler dalam buku Nasution (2010:75) yang berjudul Manajemen Jasa Terpadu, Jasa (*service*) adalah aktifitas atau manfaat yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apa pun, produksinya mungkin terikat atau tidak pada produk fisik.

Jadi bisa disimpulkan jasa adalah sesuatu yang sifatnya tidak berwujud dan bukan berupa kepemilikan siapapun, tapi hanya bisa dirasakan manfaatnya.

### 2. Karakteristik Jasa

Menurut Griffin dalam Lupiyoadi (2014:7-8) menyebutkan karakteristik jasa sebagai berikut:

1. *Intangibility* (tidak berwujud). Jasa tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, didengar, atau dicium sebelum jasa itu dibeli. Nilai penting dari hal ini adalah nilai tak berwujud yang dialami konsumen dalam bentuk kenikmatan, kepuasan, atau kenyamanan.
2. *Unstorability* (tidak dapat disimpan). Jasa tidak mengenal persediaan atau penyimpanan dari produk yang telah

dihasilkan. Karakteristik ini disebut juga *inseparability* (tidak dapat dipisahkan), mengingat pada umumnya jasa dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan.

3. *Customization* (kustomisasi). Jasa sering kali didesain khusus untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, misalnya pada jasa asuransi dan kesehatan.

Sedangkan menurut Payne dalam Jasfar (2012:6) karakteristik jasa yaitu sebagai berikut :

1. Tidak berwujud. Jasa bersifat abstrak dan tidak berwujud. Artinya, jasa tidak dapat dilihat, dirasakan/dicipi, atau disentuh, seperti yang dapat dirasakan dari suatu barang.
2. Tidak dapat dipisahkan. Jasa umumnya dihasilkan dan dikonsumsi pada saat yang bersamaan, dengan partisipasi konsumen dalam proses tersebut. Artinya, konsumen harus berada di tempat jasa yang dimintanya sehingga konsumen melihat dan ikut “ambil bagian” dalam proses produksi tersebut.
3. Heterogenitas. Jasa merupakan variabel *nonstandard* dan sangat bervariasi. Artinya, karena jasa itu berupa suatu unjuk kerja, tidak ada hasil jasa yang sama walaupun dikerjakan oleh satu orang. Hal ini dikarenakan oleh interaksi manusia (karyawan dan konsumen) dengan segala perbedaan harapan dan persepsi yang menyertai interaksi tersebut.
4. Tidak tahan lama. Jasa tidak mungkin disimpan dalam persediaan. Artinya, jasa tidak bisa disimpan, dijual kembali kepada orang lain, atau dikembalikan kepada produsen jasa, di mana konsumen membeli jasa tersebut.

### 3. *Software Expert Choice*

Program aplikasi *Expert Choice* adalah sebuah *software* yang berhubungan dengan salah satu metode yang dikembangkan Thomas L. Saaty. *Software* ini untuk membantu perhitungan dan dapat melakukan analisa sensitivitas serta pencetakan grafik dan tabel perhitungan.

### 4. *Sistem Pendukung Keputusan*

Konsep Sistem Pendukung Keputusan atau *Decision Support System* pertama kali diungkapkan pada awal 1970-an oleh Michael S.

Scott Morton dengan istilah *Management Decision System*. Sistem pendukung keputusan adalah sistem berbasis komputer interaktif yang membantu pengguna dalam penilaian dan pemilihan.

## 5. **Multiple Criteria Decision Making (MCDM)**

*Multiple Criteria Decision Making (MCDM)* merupakan salah satu metode paling banyak digunakan dalam area pengambilan keputusan, tujuan dari MCDM adalah memilih alternatif terbaik dari beberapa alternatif eksklusif yang saling menguntungkan atas dasar performansi umum dalam bermacam kriteria (atau atribut) yang ditentukan oleh pengambil keputusan. Hal tersebut diungkapkan oleh Chen (2005:10) dalam Andayani (2012).

## 6. **Analytical Hierarchy Process (AHP)**

Salah satu model yang dapat digunakan untuk proses pengambilan keputusan yaitu dengan menggunakan Proses Hirarki Analitik atau yang biasa dikenal dengan istilah *Analytical Hierarchy Process (AHP)*

*Analytical Hierarchy Process (AHP)* adalah salah satu metode dari *Multi Criteria Decision Making (MCDM)* yang dikembangkan oleh Prof. Thomas Lorie Saaty dari *Wharton Business School* di awal tahun 1970. Menurut Saaty dalam buku *The Analytic Hierarchy Process in Natural Resource and Environmental Decision Making (2013:15)*, “*The Analytic Hierarchy Process (AHP) provides the objective mathematics to process the inescapably subjective and personal preferences of an individual or a group in making a decision*” yang berarti bahwa AHP menyediakan matematis obyektif untuk memproses preferensi subjektif dan pribadi yang tidak dapat dihindari dari individu atau kelompok dalam membuat keputusan.

## 7. **Transportasi Online**

### a. **GO-JEK**

Gojek adalah sebuah perusahaan teknologi berjiwa sosial yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan pekerja di berbagai sektor informal di Indonesia. Bermitra dengan sekitar 200.000 pengemudi ojek yang berpengalaman dan terpercaya di Indonesia, untuk menyediakan berbagai macam layanan, termasuk transportasi dan pesan antar makanan.

Kegiatan GO-JEK bertumpu pada tiga nilai pokok: kecepatan, inovasi, dan dampak sosial. Para *Driver* GO-JEK mengatakan bahwa pendapatan mereka meningkat semenjak bergabung dengan mitra, mereka juga mendapatkan santunan kesehatan dan kecelakaan, serta mendapat akses ke lebih banyak pelanggan melalui aplikasi.

GO-JEK telah resmi beroperasi di 25 kota besar di Indonesia, termasuk Medan, Batam, Palembang, Pekanbaru, Jambi, Padang, Bandar Lampung, Jabodetabek, Bandung, Sukabumi, Yogyakarta, Semarang, Solo, Surabaya, Gresik, Malang, Sidoarjo, Balikpapan, Samarinda, Pontianak, Banjarmasin, Manado, Makassar, Denpasar, Mataram dengan rencana pengembangan di kota-kota lainnya pada tahun mendatang.

### b. **Grab**

*Grab* sebelumnya dikenal sebagai *Grab Taxi* adalah sebuah perusahaan asal Singapura yang melayani aplikasi penyedia transportasi dan tersedia di enam negara di Asia Tenggara, yakni Malaysia, Singapura, Thailand, Vietnam, Indonesia, dan Filipina. *Grab* memiliki visi untuk merevolusi industri pertaksian di Asia Tenggara, sehingga dapat memberikan keamanan serta kenyamanan bagi pengguna kendaraan seantero Asia Tenggara. Hingga bulan Maret 2015, jumlah pengguna *Grab* mencapai 3,8 juta pengguna. *Grab* tersedia untuk sistem operasi *Android*, *iOS*, dan *Blackberry*.

Di Indonesia, *Grab* melayani pemesanan kendaraan seperti ojek, mobil, dan taksi. Saat ini *Grab* tersedia di seluruh Jakarta dan sekitarnya.

### c. **Uber**

Uber adalah perusahaan rintisan dan perusahaan jaringan transportasi asal San Fransisco, California, yang menciptakan aplikasi penyedia transportasi yang menghubungkan penumpang dengan sopir kendaraan sewaan serta layanan tumpangan.

Perusahaan ini mengatur layanan penjemputan di berbagai kota di seluruh dunia. Mobil dapat dipesan dengan mengirim pesan teks atau memakai aplikasi bergerak khusus. Pilihan terakhir juga bisa digunakan untuk melacak lokasi mobil pesanana pengguna.

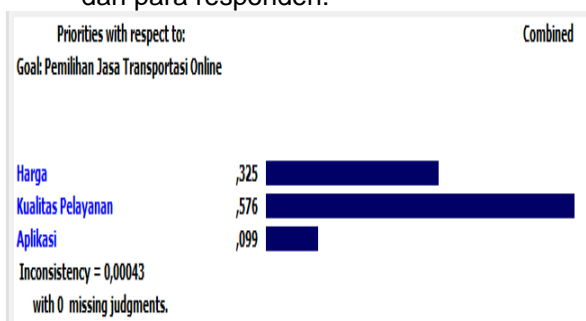
Awalnya, para sopir Uber menggunakan mobil *Lincoln Town Car*, *Cadillac Escalade*, *BMW 7 Series*, dan *Mercedes-Benz S550*. Setelah 2012, Uber meluncurkan *UberX*, yaitu

pengayaan jenis mobil agar terjangkau oleh berbagai lapisan masyarakat. Pada tahun 2012, Uber mengumumkan rencana perluasan operasinya yang mencakup tumpangan menggunakan taksi

#### 4. Hasil Penelitian dan Pembahasan

##### 4.1. Landasan Kriteria yang Menjadi Pertimbangan Pemilihan Jasa Transportasi *Online* Ditinjau dari Elemen Kriteria dan Sub-kriteria

- Berikut ini adalah bobot masing-masing kriteria yang mempengaruhi penentuan dalam pemilihan jasa transportasi *online* dari para responden:



**Gambar IV.1. Kriteria beserta nilai bobotnya**

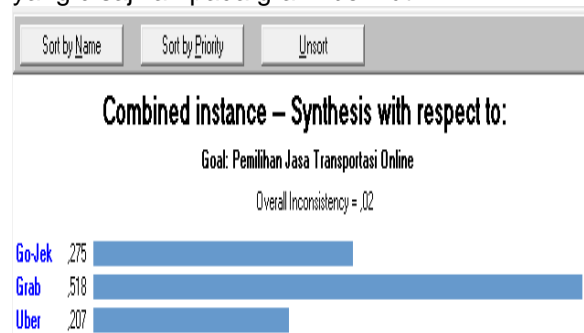
- Kriteria pertama yang mempengaruhi penentuan pemilihan jasa transportasi *online* adalah “Harga” (nilai bobot 0,325 atau sebanding dengan 32,5% dari total kriteria).
- Kriteria kedua yang mempengaruhi penentuan pemilihan jasa transportasi *online* adalah “Kualitas Pelayanan” (nilai bobot 0,576 atau sebanding dengan 57,6% dari total kriteria).
- Kriteria ketiga yang mempengaruhi penentuan pemilihan jasa transportasi *online* adalah “Aplikasi” (nilai bobot 0,099 atau sebanding dengan 09,9% dari total kriteria).

##### 4.2. Landasan Alternatif Strategis yang Menjadi Prioritas Pendukung Keputusan dalam Menentukan Jasa Transportasi *Online* yang Tepat.

Penelitian ini dilakukan untuk menentukan bobot prioritas di antara kriteria yang sebelumnya ditetapkan dan elemen yang paling mempengaruhi sasaran pendukung keputusan, begitu pula dengan bobot prioritas sub kriteria yang memiliki keterkaitan erat dengan kriteria.

Dan pada akhir hipotesa diperoleh bobot alternatif strategis yang tepat dan di duga bahwa alternatif strategis Grab merupakan prioritas alternatif utama yang dipilih oleh responden ahli.

Setelah melalui proses pengisian kuesioner oleh beberapa responden gabungan, dan melalui penggabungan pengolahan data responden diperoleh nilai bobot alternatif seperti yang disajikan pada grafik berikut:



**Gambar IV.14. Nilai Bobot Prioritas Alternatif Strategis Berdasarkan Sasaran Pemilihan Jasa Transportasi *Online* yang Tepat**

Berdasarkan hasil pengolahan data responden gabungan diperoleh bahwa prioritas utama atau tertinggi alternatif strategis pendukung keputusan dalam menentukan Pemilihan Jasa Transportasi *Online* yang tepat adalah Grab dengan nilai bobot 0,518 sebanding dengan 51,8% dari total alternatif yang ditetapkan.

Hasil nilai bobot alternatif ini ternyata sesuai dengan hipotesa yang dibuat pada perumusan masalah di bab sebelumnya. Kemudian peringkat prioritas alternatif berikutnya adalah Go-Jek (nilai bobot 0,275 atau sebanding dengan 27,5% dari total kriteria yang ditetapkan). Selanjutnya dilanjutkan peringkat prioritas alternatif terakhir adalah Uber (nilai bobot 0,207 atau sebanding dengan 20,7% dari total kriteria yang ditetapkan).

Persepsi strategis ini memberikan implikasi bahwa pemilihan Grab sebagai jasa transportasi *online* yang tepat telah sejalan dan sesuai dengan mayoritas pendapat para responden berdasarkan kriteria, sub-kriteria, dan alternatif yang dipilih sesuai apa yang diinginkan oleh para responden.

## 5. Kesimpulan dan Saran

### 5.1. Kesimpulan

Keluaran yang diharapkan dari penelitian ini adalah peringkat prioritas alternatif strategis penentuan pemilihan jasa transportasi *online* dilingkungan masyarakat kota bekasi. Selain itu diperoleh gambaran analisa dari tingkat pengaruh masing-masing kriteria terhadap sub-kriteria, dan tingkat pengaruh sub-kriteria terhadap alternatif yang diberikan pada sisi kriteria Pendidikan, serta analisa dari tingkat pengaruh masing-masing kriteria terhadap alternatif yang diberikan.

Pengolahan data dilakukan dengan pendekatan AHP, dikarenakan keunggulan yang dimiliki teknik analisa ini yaitu kesatuan model tunggal yang mudah dimengerti, mampu memecahkan persoalan yang kompleks, serta dapat menangani saling ketergantungan elemen-elemen dalam sistem dan tidak memaksakan pemikiran yang linear.

Setelah dilakukan pengolahan data menggunakan software *Expert Choice 11* maka diperoleh kesimpulan penentuan pemilihan jasa transportasi *online* dengan menggunakan *Analytical Hierarchy Process* dari sisi kriteria harga, kualitas pelayanan, dan aplikasi sebagai berikut:

- a. Berdasarkan Kriteria Harga, “Sub-Kriteria” yang diperlukan untuk menentukan alternatif strategi pemilihan jasa transportasi online yaitu:
  - a) Harga yang terjangkau
  - b) Potongan harga dan promo dalam kondisi dan jumlah tertentu
- b. Berdasarkan Kriteria Kualitas Pelayanan, “Sub-kriteria” yang diperlukan untuk menentukan alternatif strategi pemilihan jasa transportasi *online*.
  - a) Memberikan informasi secara jelas dan teliti
  - b) Kemudahan untuk dihubungi
  - c) Kecepatan menanggapi pelanggan
  - d) Memberikan kenyamanan dan keamanan
  - e) Pelayanan yang ramah dan sopan di awal dan akhir pemesanan
- c. Berdasarkan Kriteria Aplikasi, “Sub-kriteria” yang diperlukan untuk menentukan alternatif strategi pemilihan jasa transportasi *online*.
  - a) Kemudahan dalam penggunaan aplikasi
  - b) Tampilan aplikasi yang tidak rumit
- d. Berdasarkan ketiga kriteria Harga, Kualitas Pelayanan, dan Aplikasi. strategi

“Alternatif” yang diperlukan untuk menentukan alternatif strategi pemilihan jasa transportasi online.

- a) Go-Jek
- b) Grab
- c) Uber

Berdasarkan rasio Harga, Kualitas Pelayanan, dan Aplikasi, Grab merupakan prioritas utama dari alternatif strategis yang diambil sebagai penerapan Pemilihan Jasa Transportasi *Online* yang dibuktikan melalui pengolahan data responden disusul urutannya berikutnya Go-Jek dan Uber. Dengan dilakukannya penelitian ini maka strategi Pemilihan Jasa Transportasi *Online* dengan menggunakan pendekatan AHP menggunakan software *Expert Choice 11* dapat diterapkan di Lingkungan Masyarakat Kota Bekasi dan hasil akhirnya adalah pemilihan Grab sebagai prioritas utama dari alternatif strategis yang diambil.

### 5.2. Saran-Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan penulis, maka dapat diusulkan beberapa saran untuk penelitian lanjutan dan saran manjerial sebagai berikut:

- a. Studi penelitian dapat diterapkan di sekolah atau perguruan tinggi lainnya.
- b. Penelitian ini hanya difokuskan pada strategi penentuan Pemilihan Jasa Transportasi *Online* saja, sangat disarankan untuk dikembangkan lebih lanjut lagi detail kriteria, sub-kriteria, dan alternatif, dengan metode dan software pengolahan data yang berbeda.
- c. Konsistensi sangat perlu diperhatikan pada *pairwise comparisons* (perbandingan berpasangan) agar tidak terjadi inkonsistensi dengan cara mengukur instrumen pertanyaan yang akan diajukan dalam kuesioner.
- d. Ruang lingkup penelitian ini difokuskan berdasarkan Harga, Kualitas Pelayanan, dan Aplikasi. Untuk penelitian selanjutnya perlu dikembangkan implementasi strategi lainnya.

Semoga apa yang telah dihasilkan dalam penelitian ini bermanfaat dan dapat dijadikan landasan dalam menentukan keputusan strategis untuk menerapkan pemilihan jasa transportasi *online* dimanapun dan kapanpun. Sebagai alat bantu pengambil keputusan, sistem ini masih belum sempurna sehingga karena itu masukan, saran dan kritikan yang membangun sangat diperlukan untuk memperbaiki dan

mengembangkan penelitian ini ke tahap yang lebih baik.

## 6. Daftar Pustaka

- [1] Wijaya, Andika. 2016. *Aspek Hukum Bisnis Transportasi Jalan Online*. Jakarta: Sinar Grafika.
- [2] Tjiptono, Fandy. 2004. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset
- [3] Nasution. 2004. *Manajemen Jasa Terpadu*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- [4] Alma, Buchari. 2011. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- [5] Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat
- [6] Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset
- [7] Saaty, T, L. 1980. *The Analytic Hierarchy Process*, McGraw Hill International.
- [8] Saaty, T, L. 1999. *Decision Making for Leaders: The Analytic Hierarchy Process for Decisions in a Complex World*. Pittsburgh, Pennsylvania: RWS Publications.
- [9] Suarico dan Agustina. 2017. *Kajian Kualitas Pelayanan Ojek Online dan Ojek Konvensional Menurut Pengguna: Studi Kasus Kota Bandung*. Bandung: Jurnal Prosiding Perencanaan Wilayah dan Kota. Vol. 3, No. 1: 245-255.
- [10] Aptaguna dan Pitaloka. 2016. *Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Minat Beli Jasa Go-Jek*. Tangerang: Jurnal Widyakala. Vol. 3: 49-56.
- [11] Faisal dan Permana. 2015. *Sistem Penunjang Keputusan Pemilihan Sekolah Menengah Kejuruan Teknik Komputer dan Jaringan Yang Terfavorit Dengan Menggunakan Multi-Criteria Decision Making*. Jakarta: Jurnal Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer. Vol. 2: 11-19.
- [12] Noor, Agustian. 2016. *Penerapan Metode Analytical Hierarchy Process Untuk Pemilihan Type Sepeda Motor Yamaha*. Kalimantan: Jurnal Sains dan Informatika. Vol. 2: 7-14.