



Faktor-faktor psikologis yang menjadi pertimbangan utama penggunaan mobil pribadi dan sepeda motor di Jakarta.

A L Affandi ^{a,*}, D Parikesit ^b

^aBadan Perencanaan Pembangunan Daerah (BAPPEDA) Provinsi Lampung, Jl. Wolter Monginsidi 223, Bandar Lampung

^bBadan Pengatur Jalan Tol (BPJT), Kementerian PUPR, Jl. Pattimura 20, Jakarta

INFORMASI ARTIKEL

ABSTRAK

Riwayat artikel:

Diterima 10 Februari 2022

Direvisi 28 Maret 2022

Diterbitkan 24 Juni 2022

Kata kunci:

Kendaraan pribadi

Mobil

Motif berkendara

Pemilihan moda

Sepeda motor

Tidaklah mudah untuk mengalihkan pengguna kendaraan pribadi agar berpindah ke layanan transportasi publik. Di Indonesia orang masih cenderung memilih mobil pribadi maupun sepeda motor daripada *public transport* (PT) karena berbagai faktor. Studi ini diharapkan mampu mengidentifikasi motif psikologis yang menjadi alasan orang untuk tetap menggunakan kendaraan pribadi. Survei dilakukan kepada 205 pengguna mobil pribadi dan sepeda motor di Jakarta secara online. *Theory of planned behavior* (TPB) dan teori fungsi barang digunakan untuk mengungkap motif penggunaan kendaraan pribadi. Analisis dilakukan dengan melakukan skoring pada tingkat persetujuan dan tingkat kepentingan dari beberapa motif/*value* yang sudah ditentukan. Hasilnya diungkap bahwa faktor (alasan) utama orang menggunakan mobil pribadi di Jakarta adalah pertimbangan *comfort* (kenyamanan), *pleasure* (kesenangan) dan *independency* (kebebasan), yang mana mewakili motif-motif *affective* (kesukaan). Berbeda dengan mobil pribadi, para pengguna sepeda motor cenderung memilih kendaraan pribadi karena alasan/motif *instrumental* (terkait fungsi barang), yaitu pertimbangan *cost* (biaya), *time saving* (penghematan waktu) dan *quickness* (kecepatan).

¹*Penulis korespondensi.

E-mail: ariffaffandi11@gmail.com

1. Pendahuluan

Peningkatan kualitas moda transportasi publik tak selamanya bisa mempengaruhi orang untuk meninggalkan kendaraan pribadi. Kenyataannya masih cukup banyak orang yang enggan meninggalkan kendaraan pribadi. Banyak motif (alasan) pribadi yang secara psikologis menyebabkan hal ini. Seperti diungkapkan Mokhtarian, dkk. (2001) bahwa perjalanan memiliki utilitas positif yang nyata terhadap keinginan/motif pribadi, bukan hanya sebagai sarana mencapai tujuan perpindahan semata. Ada pertimbangan pro-kontra dan pembobotan.

Untuk meninjau hal ini, L. Steg (2003) mengukur 17 aspek ketertarikan moda mobil dan PT, antara lain: *arousal, comfort, convenience, freedom, not stressful, control, status, sexy, pleasure, various experiences, flexibility, independence, security, traffic safety, cost, travel speed* dan *price*.

Menurut Steg (2005), keinginan orang untuk menggunakan kendaraan pribadi tidak hanya dipengaruhi oleh fungsi instrumen (seperti misalnya kecepatan perjalanan dan faktor biaya) semata. Ada beberapa faktor lain yang secara psikologis mempengaruhi keputusan orang menggunakan mobil, misalnya karena motif simbolik (keinginan untuk dilihat orang) dan motif afektif (kesukaan). Hal ini senada dengan hasil yang diungkapkan Lois dan López-Sáez (2009) dan Bergstad (2011).

Beberapa aspek lain yang digunakan untuk mengukur nilai kepuasan dan ketertarikan orang terhadap mobil dilakukan juga oleh Sucha (2018), yang mana menggunakan aspek: *comfort, quickness, time saving, flexibility* dan *finances*. Sementara L. Wang (2013) menggunakan *values: convenience, timeliness, reliability, security, comfort, relaxation* dan *cost* untuk membandingkan nilai kepuasan antara mobil pribadi dan transportasi publik.

1.1. Landasan teori

Untuk menjelaskan motif perilaku secara psikologis, Ajzen (1985) mengemukakan TPB yang menyatakan bahwa suatu perilaku ditentukan oleh niat (keinginan) yang bergantung pada 3 aspek: *attitude toward behavior* (penilaian tentang manfaat), *subjective norm* (pandangan dari sosial) dan *perceived behavior control* (terkait kesulitan dan ketersediaan sumber daya).

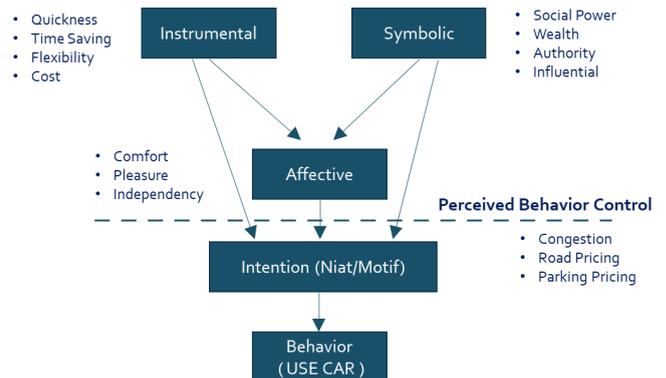
Sementara Dittmar (1992) seperti diungkapkan dalam L. Steg (2005), mengungkapkan teori tentang fungsi barang. Barang bisa memiliki tiga fungsi, yaitu *instrumental* (terkait fungsi dasar barang), *affective* (terkait kesukaan dan kecintaan terhadap barang), dan *symbolic* (sebagai sarana mengekspresikan diri pada lingkungan sosial). Dengan menggabungkan teori ini dengan TPB didapatkan teori dasar untuk mengungkap motif penggunaan kendaraan pribadi seperti dalam tabel berikut:

Tabel 1. Teori dasar motif penggunaan kendaraan

Theory of Planned Behavior (TPB)	Teori Fungsi Barang (Dittmar, 1992)	
Attitude toward behavior (penilaian tentang manfaat nyata dari perilaku)	Instrumental	terkait fungsi dasar barang
Subjective Norm (penilaian/pandangan dari orang lain)	Affective	emosi dan suasana hati yang ditimbulkan, perasaan suka.
Perceived Behavior Control (terkait kesulitan dan ketersediaan sumber daya)	Symbolic	sarana mengekspresikan diri terkait posisi sosial.
	-	-

Sumber: L. Steg (2005) dan Ajzen (1985)

Untuk menjelaskan hubungan antara keduanya, dengan menggunakan beberapa parameter yang lebih dahulu telah digunakan, didapatkan skema (rumusan) baru motif penggunaan kendaraan pribadi sebagaimana dalam Gambar 1. Fungsi *instrumental* diwakili oleh motif *quickness* (kecepatan), *time saving* (penghematan waktu), *flexibility* (fleksibilitas) dan *cost* (biaya). Fungsi *affective* diwakili oleh motif *comfort* (kenyamanan), *pleasure* (kesenangan) dan *independency* (kebebasan). Sementara fungsi *symbolic* diwakili oleh motif *social power, wealth, authority* dan *influential*.



Gambar 1. Skema (rumusan) baru motif penggunaan kendaraan pribadi

Besarnya keinginan (*intention* atau niat) seseorang untuk menggunakan kendaraan pribadi diukur dengan motif-motif psikologis di atas. Berbagai kebijakan pembatasan kendaraan seperti *road pricing* dan *parking pricing*, dan atau kondisi kemacetan yang ada bisa menjadi penghalang atau penghambat orang untuk tetap menggunakan kendaraan pribadi, dikenal sebagai *perceived behavior control*.

2. Metodologi

2.1 Metode pengumpulan data dan sampel

Survei dilakukan kepada para pengguna kendaraan pribadi di Jakarta dengan cara menyebarkan kuesioner secara online (*google-form*). Survei berhasil memperoleh 205 orang responden, terbagi menjadi 2 kategori utama yaitu pengguna mobil pribadi (41%) dan pengguna sepeda motor (59%). Responden terdiri atas 78% laki-laki dan 22% perempuan dengan kelompok usia yang cukup merata. Sementara dari sisi jenis pekerjaan didominasi oleh kelompok pekerja, baik pegawai swasta (44%),

pegawai dari instansi pemerintah (12%) maupun wirausaha (21%).

Sebagian besar responden merupakan kelompok yang cukup terdidik (Despa, 2019) karena pernah mengenyam pendidikan di perguruan tinggi, baik pada tingkat diploma atau sarjana (61%) maupun pada tingkat magister atau doktoral (12%). Sementara dari segi kemampuan ekonomi, responden terbagi cukup merata dimulai dari tingkat penghasilan rendah hingga tingkat penghasilan yang tinggi.

2.2 Metode analisis

Pada penelitian motif penggunaan kendaraan pribadi ini, data survei yang telah dikumpulkan secara online (Despa, 2018) dianalisa dengan langkah-langkah sebagaimana berikut:

1. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang berisi dua jenis pertanyaan, yaitu tentang tingkat persetujuan dan tingkat kepentingan. Masing-masing dinilai dengan skoring level 1 sd. 7.
2. Hubungan antara persetujuan dengan tingkat kepentingan digambarkan ke dalam matriks 2x2 dengan 4 kuadran.
3. Penilaian dilakukan dengan mengalikan skor pertanyaan 1 dan 2, sehingga setiap motif memiliki skor maksimal $7 \times 7 = 49$ dan skor minimal $1 \times 1 = 1$.
4. Dengan membagi skor ke dalam 5 level, didapat stimulus penggunaan mobil/sepeda motor berada pada kategori atau level:

Skor	Level
1 - 10	sangat lemah
11 - 20	lemah
21 - 29	biasa
30 - 39	kuat
40 - 49	sangat kuat

5. Intention (niat/keinginan) penggunaan mobil atau sepeda motor merupakan penjumlahan keseluruhan motif.
6. Nilai maksimal keseluruhan motif adalah 49×11 motif = 539, sementara nilai minimal adalah 1×11 motif = 11.
7. Dengan kembali membagi skor ke dalam 5 level, didapat intention (niat/keinginan) orang menggunakan mobil atau sepeda motor berada pada kategori :

Skor	Level
11 - 116	sangat lemah
117 - 222	lemah
223 - 327	biasa
328 - 433	kuat
434 - 539	sangat kuat

3. Hasil dan pembahasan

3.1 Motif penggunaan mobil pribadi

Besarnya niat atau keinginan orang untuk menggunakan mobil pribadi diukur dengan 11 indikator yang terbagi dalam 3 jenis motif, yaitu motif *instrumental*, *affective* dan *symbolic*. Penilaian dilakukan pada tingkat persetujuan dan tingkat kepentingan pada masing-masing

indikator dengan skala 1 sampai 7. Hasil perhitungan didapatkan skor rata-rata pada semua indikator motif adalah 4,30 untuk tingkat persetujuan dan 4,56 untuk tingkat kepentingan.

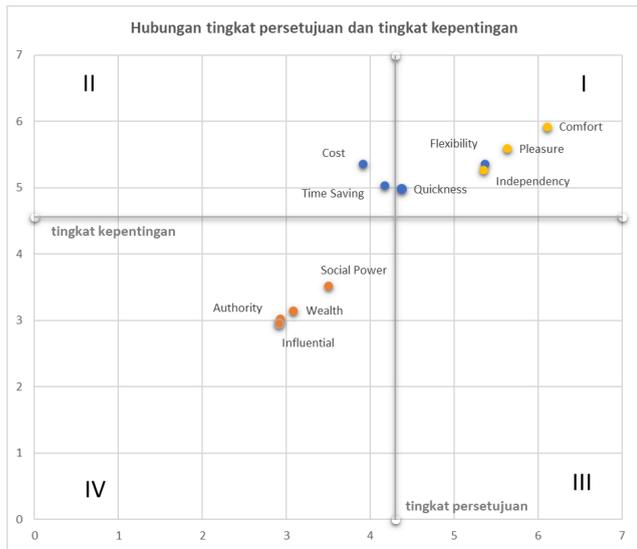
Tabel 2.
Nilai rata-rata tiap indikator motif pengguna mobil pribadi

		tingkat persetujuan		tingkat kepentingan	
		x	sd	x	sd
1	Quickness	4,37	1,69	4,99	1,49
2	Time Saving	4,17	1,86	5,04	1,64
3	Flexibility	5,36	1,58	5,36	1,55
4	Cost	3,91	1,92	5,36	1,77
5	Comfort	6,10	1,35	5,92	1,41
6	Pleasure	5,63	1,35	5,59	1,46
7	Independency	5,35	1,72	5,27	1,67
8	Social Power	3,50	1,88	3,53	1,96
9	Wealth	3,08	1,95	3,15	2,03
10	Authority	2,92	1,90	3,03	2,08
11	Influential	2,91	1,90	2,96	2,00

Tabel 2 menunjukkan hasil skor rata-rata tiap indikator motif. Motif *comfort* (kenyamanan ketika berkendara) memiliki nilai rata-rata tertinggi, baik pada tingkat persetujuan maupun pada tingkat kepentingan, masing-masing dengan skor 6,10 dan 5,92. Sementara motif *influential* (keinginan agar dilihat sebagai orang yang berpengaruh) memiliki nilai rata-rata terendah, yaitu 2,91 untuk tingkat persetujuan dan 2,96 untuk tingkat kepentingan.

Hubungan antara nilai pada tingkat persetujuan dengan nilai pada tingkat kepentingan pada masing-masing indikator motif digambarkan dengan matriks 2x2 dengan 4 kuadran sebagaimana pada Gambar 2. Terlihat bahwa seluruh indikator yang mewakili motif *affective* (warna kuning), yaitu *comfort*, *pleasure* dan *independency* berada pada kuadran I dengan nilai tertinggi. Bersama-sama dengan *flexibility*, ketiga motif di atas mengalahkan motif instrumental, seperti *quickness* (kecepatan), *time saving* (waktu) dan *cost* (biaya).

<https://doi.org/10.23960/jpi.v3n1.73>



Gambar 2. Matriks hubungan tingkat kepentingan dan tingkat persetujuan untuk pengguna mobil pribadi

Hal ini menggambarkan keinginan dan kebutuhan pengguna mobil pribadi akan kenyamanan berkendara menjadi prioritas yang utama. Tingginya nilai pada motif *pleasure* (kesenangan atau kenikmatan) menunjukkan bahwa tingkat kepuasan yang didapat dari mobil masih belum mampu mengalahkan jenis moda yang lain. Berikutnya motif *independency* dan *flexibility* melengkapi alasan dan kebutuhan orang ketika menggunakan mobil pribadi. Sifat mobil yang bisa dibawa kemana saja sesuai arah tujuan perjalanan (fleksibel) memberikan kebebasan dan kemandirian dalam berkendara.

Hasil perkalian skor tiap responden pada tingkat persetujuan dengan tingkat kepentingan menunjukkan besarnya niat atau keinginan seseorang, diistilahkan sebagai behavioral control. Nilai rata-rata behavioral control pada tiap indikator motif ditunjukkan pada Tabel 3.

Tabel 3.

Skor dan level niat (keinginan) menggunakan mobil pribadi

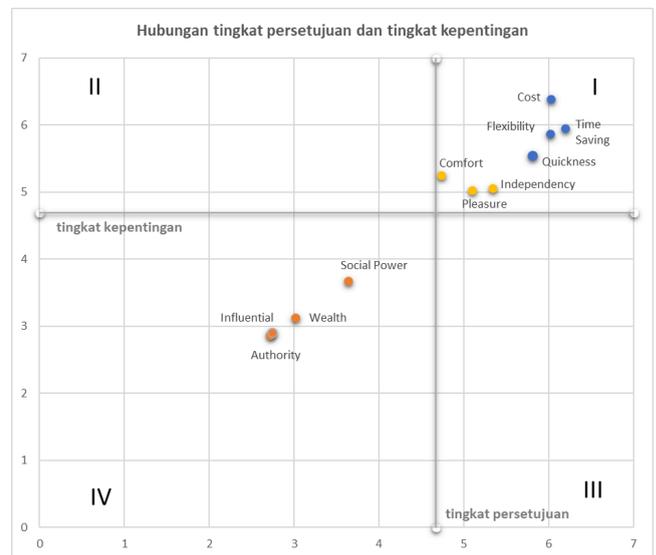
		behavioral control		level		behavioral control		level
		\bar{x}	sd			\bar{x}	level	
1	Quickness	23,08	13,19	biasa	Instrumental	24,46	Biasa	
2	Time Saving	22,55	14,10	biasa				
3	Flexibility	30,64	14,44	kuat				
4	Cost	21,59	13,44	biasa				
5	Comfort	37,72	12,95	kuat	Affective	33,86	Kuat	
6	Pleasure	33,05	13,26	kuat				
7	Independency	30,81	15,15	kuat				
8	Social Power	15,76	14,07	lemah	Symbolic	13,46	Lemah	
9	Wealth	13,38	14,02	lemah				
10	Authority	12,49	13,67	lemah				
11	Influential	12,23	13,66	lemah				
Intention (niat/motif) penggunaan mobil		253,29		BIASA				

Sebagaimana matriks pada Gambar 2 dan Tabel 3, niat atau keinginan orang untuk menggunakan mobil lebih dipengaruhi karena alasan *affective* (kesukaan) daripada alasan *instrumental* ataupun *symbolic*. Indikator *comfort*

(kenyamanan), *pleasure* (kesenangan), *independency* (kebebasan) dan *flexibility* (fleksibilitas) berada pada level yang 'kuat'. Sementara pertimbangan biaya, waktu dan kecepatan bagi pengguna mobil masih kalah dibandingkan keempat alasan di atas dan berada pada level 'biasa' atau 'rata-rata'. Sebaliknya indikator motif *symbolic* yang diwakili oleh *social power*, *wealth*, *authority* dan *influential* seluruhnya berada pada level dengan kategori 'lemah'. Meskipun demikian jika nilai dari keseluruhan indikator dijumlahkan, kemudian dibagi menjadi 5 kategori/level, dengan nilai 253,29 *intention* (niat) orang untuk menggunakan mobil masih berada pada level 'biasa'.

3.2 Motif penggunaan sepeda motor

Berbeda dengan pengguna mobil, keempat motif *instrumental*, yaitu *cost* (biaya), *time saving* (waktu), *flexibility* (fleksibilitas) dan *quickness* (kecepatan) menjadi alasan utama para pengguna sepeda motor dalam menentukan pilihan (Gambar 3).



Gambar 3. Matriks hubungan tingkat kepentingan dan tingkat persetujuan untuk pengguna sepeda motor

Tabel 4. Skor dan level niat menggunakan sepeda motor

		behavioral control		level		behavioral control		level
		\bar{x}	sd			\bar{x}	level	
1	Quickness	33,44	13,94	kuat	Instrumental	36,71	Kuat	
2	Time Saving	37,75	11,45	kuat				
3	Flexibility	36,23	13,48	kuat				
4	Cost	39,42	12,30	kuat				
5	Comfort	26,48	14,31	biasa	Affective	27,59	Biasa	
6	Pleasure	27,41	14,42	biasa				
7	Independency	28,88	14,67	biasa				
8	Social Power	16,29	14,87	lemah	Symbolic	12,40	Lemah	
9	Wealth	12,24	13,44	lemah				
10	Authority	10,31	12,61	lemah				
11	Influential	10,77	13,22	lemah				
Intention (niat/motif) penggunaan sepeda		279,22		BIASA				

Besarnya niat atau keinginan seseorang untuk menggunakan sepeda motor dapat dilihat pada Tabel 4.

Pertimbangan biaya menjadi yang tertinggi dengan skor 39,42. Disusul berikutnya pertimbangan waktu, fleksibilitas dan kecepatan. Keempatnya berada pada level yang 'kuat', yang mana hal ini mencerminkan pertimbangan utama bagi para pengguna sepeda motor. Sementara alasan kenyamanan, kepuasan dan kebebasan bagi para pengguna sepeda motor bukanlah hal yang utama. Ketiga motif *affective* ini berada pada level yang 'biasa' atau 'rata-rata'. Begitu juga dengan alasan penonjolan diri atau simbolik yang memiliki level lebih rendah (lemah). Namun secara keseluruhan besarnya niat atau keinginan untuk menggunakan sepeda motor masih berada pada level 'biasa', dengan skor yang lebih dari pengguna mobil yaitu 279,22.

4. Kesimpulan

Pertimbangan utama orang menggunakan mobil pribadi adalah faktor *comfort* (kenyamanan), *pleasure* (kesenangan) dan *independency* (kebebasan) yang mewakili motif-motif *affective*. Sementara pengguna sepeda motor lebih mengedepankan motif-motif *instrumental* (terkait fungsi) dengan pertimbangan *cost* (biaya), *time saving* (penghematan waktu) dan *quickness* (kecepatan) sebagai sesuatu yang utama.

Persamaan kedua jenis pengguna, baik mobil pribadi maupun sepeda motor, adalah pada motif *flexibility* yang sama-sama berada pada level 'kuat'. Hal ini menunjukkan motif dasar pengguna kendaraan pribadi yang selalu menuntut dan mengutamakan adanya fleksibilitas dalam berkendara.

Faktor-faktor tersebut diatas menjadi penting bagi usaha manajemen lalu-lintas untuk menarik minat konsumen pengguna kendaraan pribadi agar mau beralih ke PT. Untuk mengurangi mobilitas di jalan, fasilitas yang ditawarkan moda PT setidaknya harus mendekati atau setara dengan motif-motif tersebut di atas.

Daftar pustaka

- Bergstad, C.J., Gamble, A., Hagman, O., Polk, M., Gärling, T. and Olsson, L.E. (2011) Affective-Symbolic and Instrumental-Independence Psychological Motives Mediating Effects of Socio-Demographic Variables on Daily Car Use, *Journal of Transport Geography*, 19(1), pp.33–38.
- Despa, D., Nama, G. F., Muhammad, M. A., & Anwar, K. (2018, April). The implementation Internet of Things (IoT) technology in real time monitoring of electrical quantities. In IOP Conference Series: Materials Science and Engineering (Vol. 335, No. 1, p. 012063). IOP Publishing.
- Icek Ajzen. (1985) *The Theory of Planned Behavior*. pp.909–914.
- Lois, D. and López-Sáez, M. (2009) The Relationship between Instrumental, Symbolic and Affective Factors as Predictors of Car Use: A Structural Equation Modeling Approach, *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 43(9–10), pp.790–799.
- Mokhtarian, P.L. and Salomon, I. (2001) Understanding the Demand for Travel: It ' s Not Purely ' Derived ', *Innovation*, 14(4), pp.355–380.
- Steg, L. (2003) Can Public Transport Compete With the Private Car?, *IATSS Research*, 27(2), pp.27–35.
- Steg, L. (2005) Car Use: Lust and Must. Instrumental, Symbolic and Affective Motives for Car Use, *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 39(2–3 SPEC. ISS.), pp.147–162.
- Soedjarwanto, N., & Nama, G. F. (2019). Monitoring Arus, Tegangan dan Daya pada Transformator Distribusi 20 KV Menggunakan Teknologi Internet of Things. *Jurnal EEECCIS*, 13(3).
- Wang, L., Li, L., Wu, B. and Bai, Y. (2013) Private Car Switched to Public Transit by Commuters, in Shanghai, China, *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 96(Cictp), pp.1293–1303.