

## **BAB IV**

### **GAMBARAN UMUM**

#### **A. PT. Difa Bike City Tour**

Bermula di tahun 2015 sebagai perusahaan transportasi ojek online yang memperkerjakan driver dari kalangan difabel di Yogyakarta. Dengan menggunakan kendaraan roda dua yang telah dimodifikasi sesuai dengan kebutuhan driver serta tambahan ruang khusus untuk penumpang disamping kirinya, pada tempat duduk penumpang dilengkapi ramp untuk memudahkan bagi pengguna kursi roda yang menggunakan layanan. Tak hanya menerima penumpang dari penyandang disabilitas saja, Difa Bike City tour & Transport juga banyak melayani penumpang non difabel. Melalui aplikasi panggilan telepon, PT.Difa Bike kini telah tumbuh menjadi on-demand mobile platform dan aplikasi yang menyediakan berbagai layanan lengkap mulai dari transportasi, logistik, tour dan massage.

PT. Difa Bike adalah sebuah perusahaan teknologi berjiwa sosial yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan pekerja penyandang disabilitas di berbagai sektor informal di Indonesia khususnya di Yogyakarta. Kegiatan PT. Difa Bike bertumpu pada 3 nilai pokok: keamanan, inovasi, dan dampak sosial.

##### **1. Keamanan**

Jaminan keamanan dan keselamatan pelayanan merupakan bentuk komitmen untuk memberikan rasa aman, bebas dari bahaya, risiko dan

keraguan. Apalagi dalam inovasi pelayanan publik di bidang transportasi bagi penyandang disabilitas yang mempunyai resiko tinggi dalam pelayanan publik terhadap pelanggan atau pengguna jasa Difa Bike. Difa Bike city tour dari dalam standar pelayanan telah memenuhi dan mematuhi aturan sesuai syarat dan ketentuan peraturan yang dibuat oleh dinas perhubungan kota Yogyakarta dalam memodifikasi motor roda tiga tersebut.

## 2. Inovasi

Inovasi yang dilakukan oleh Difa Bike merupakan inovasi yang inovatif, tidak hanya sekedar berinovasi akan tetapi dalam inovasi tersebut memiliki keunggulan, manfaat, kesesuaian yang disesuaikan dengan kebutuhan disabilitas. Difa Bike selalu menawarkan inovasi baru melalui Teknologi untuk menambah kebutuhan konsumennya, hal itu dibuktikan dengan adanya update inovasi terbaru yaitu Difa massage yang dipesan melalui aplikasi.

## 3. Dampak sosial

Memberikan dampak sosial yang besar untuk masyarakat di Yogyakarta. Perusahaan Difa Bike City tour mengawali karir dengan memberitahukan kepada masyarakat umum bahwa inilah perusahaan asli Indonesia yang berasal dari Yogyakarta dan satu-satunya di dunia yang inovatif dengan tujuan sosial. Perusahaan ini ingin meningkatkan kesejahteraan sosial dengan menciptakan efisiensi pengguna difabel.

Melalui teknologi perusahaan ini berusaha menyebarkan dampak social yaitu kehidupan yang lebih baik untuk driver dan keluarganya dengan meningkatkan jumlah penghasilan mereka.

## **B. Jenis-jenis Layanan PT. Difa Bike**

Adapun beberapa jenis layanan yang disediakan PT. Difa Bike antara lain sebagai berikut:

### 1. Difa Bike

Suatu layanan yang tersedia dari aplikasi Difa Bike yang berfungsi untuk menjemput konsumen lalu mengantarkan konsumen tersebut kepada tujuan yang telah dibuat konsumen terlebih dahulu sewaktu pemesanan dengan menggunakan fasilitas sepeda motor.

### 2. Difa City tour

Suatu layanan yang tersedia di aplikasi Difa Bike yang berfungsi untuk melayani wisatawan tour keliling kota Yogyakarta, cocok bagi wisatawan yang ingin melihat keindahan Yogyakarta.

### 3. Difa Kargo

Suatu layanan yang tersedia di aplikasi Difa Bike yang berfungsi untuk melayani layanan pengiriman barang dalam kota maupun luar kota.

#### 4. Difa Massage

Yaitu suatu layanan pijat tuna netra yang dapat di order melalui aplikasi Difa Bike dan layanan akan datang ke konsumen dalam jangkauan kota Yogyakarta.

### C. Tarif Biaya Jasa PT. Difa Bike

Pelayanan ojek Difa tersebut sudah memberikan kepastian rincian biaya pelayanan secara jelas seperti halnya di buatnya outlet dan banner yang dipasang dikantor Difa City Tour. Seperti tarif antar jemput Rp. 25.000 untuk 5km + Rp. 2.500 untuk Km berikutnya. Dalam hal biaya, biaya pelayanan termasuk rinciannya harus ditentukan secara konsisten agar tidak menimbulkan diskriminasi, sebab hal tersebut dapat menimbulkan ketidakpercayaan penerima pelayanan kepada pemberi layanan. Daftar tarif dapat dilihat pada tabel 4.1 berikut.

**Tabel 4.1**

**Daftar Tarif Difa Bike**

NO	Jenis Layanan	Tarif
1.	Difa Bike	Rp. 25.000/5km awal – 2.500/km
2.	Difa Citytour	Rp. 100.000 (paket dalam kota)
3.	Difa Kargo	Rp. 4.000/km
4.	Difa Massage	Rp. 80.000/jam

## D. Analisis Deskriptif

### 1. Analisis Deskriptif Berdasarkan Karakteristik Responden

Proses penelitian dilakukan pada bulan Juni 2019 dengan responden adalah pengguna transportasi ojek online Difa Bike yang tinggal di Yogyakarta dan pernah menggunakan jasa layanan Difa Bike. Sampel penelitian yang diambil adalah sejumlah 100 orang, sesuai dengan banyaknya indikator pertanyaan dan jumlah variabel. Responden memiliki karakteristik yang beragam jika ditinjau dari jenis kelamin, usia, dan frekuensi transaksi jasa layanan.

#### a. Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin yang diperoleh dalam penelitian ini, disajikan dalam tabel berikut.

**Tabel 4.2**

**Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase %
1	Laki-laki	35	35%
2	Perempuan	65	65%
Total		100	100

Sumber : Data primer, 2019

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin diklasifikasikan ke dalam dua kelompok. Pengelompokan dilakukan guna mempermudah dalam mendeskripsikan data. Dari 100 responden yang terbanyak adalah jenis kelamin perempuan yaitu

sebanyak 65 responden (65%). Sedangkan jenis kelamin laki-laki sebanyak 35 orang (35%).

b. Usia

Karakteristik responden berdasarkan usia yang diperoleh dalam penelitian ini disajikan dalam tabel sebagai berikut.

**Tabel 4.3**  
**Frekuensi Responden Berdasarkan Usia**

No	Rentang Usia	Frekuensi	Persentase %
1	< 19	1	1%
2	19 – 25	17	17%
3	26 – 35	62	62%
4	36 – 45	20	20%
Total		100	100

Sumber : Data primer, 2019

Karakteristik responden berdasarkan usianya diklasifikasikan ke dalam lima kelompok. Pengelompokan dilakukan guna mempermudah dalam mendeskripsikan data. Dari 100 responden yang terbanyak adalah usia 26 – 35 tahun yaitu sebanyak 62 responden (62%). Sedangkan kelompok dengan jumlah terendah yaitu < 19 tahun sebanyak 1 orang (1%).

### c. Frekuensi Transaksi

Karakteristik responden berdasarkan frekuensi melakukan transaksi jasa yang diperoleh dalam penelitian ini, disajikan dalam tabel berikut.

**Tabel 4.4**

**Frekuensi Responden Berdasarkan Frekuensi Transaksi**

No	Transaksi	Frekuensi	Persentase %
1	1 Kali	39	39%
2	Lebih dari 1 kali	61	61%
Total		100	100

Sumber : Data primer, 2019

Karakteristik responden berdasarkan frekuensi transaksi pembelian diklasifikasikan menjadi dua kelompok guna mempermudah dalam mendeskripsikan data. Dari 100 responden, transaksi lebih dari 1 kali sebanyak 61 responden (61%). Sedangkan frekuensi transaksi 1 kali sebanyak 39 responden (39%).

## 2. Analisis Deskriptif Berdasarkan Variabel

### a. Variabel Harga

Dalam hal ini dikemukakan angket mengenai harga atau bukti fisik yang merupakan variabel bebas dari penelitian, sebagaimana terlihat pada gambar tabel 4.5 hasil presentase jawaban responden berdasarkan harga.

**Tabel 4.5**  
**Responden Terhadap Harga**

Pertanyaan	SS		S		KS		Total F	Total %
	F	%	F	%	F	%		
X1.1	60	60%	32	32%	8	8%	100	100%
X1.2	72	72%	25	25%	3	3%	100	100%
X1.3	48	48%	46	46%	6	6%	100	100%
X1.4	51	51%	47	47%	2	2%	100	100%
X1.5	52	52%	43	43%	5	5%	100	100%

Sumber : Data Primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui pertanyaan variabel harga, yaitu:

- 1) Untuk item pertanyaan ke-1 (X1.1) menunjukkan frekuensi tertinggi sebesar 60% (sangat setuju) dan frekuensi yang paling rendah sebesar 8% (kurang setuju).
- 2) Item pertanyaan ke-2 (X1.2) menunjukkan frekuensi tertinggi sebesar 72% (sangat setuju) dan frekuensi yang paling rendah 3% (kurang setuju).
- 3) Item pertanyaan ke-3 (X1.3) menunjukkan frekuensi tertinggi sebesar 48% (sangat setuju) dan frekuensi yang paling rendah 6% (kurang setuju).

4) Item pertanyaan ke-4 (X1.4) menunjukkan frekuensi tertinggi sebesar 51% (sangat setuju) dan frekuensi yang paling rendah 2% (kurang setuju).

5) Item pertanyaan ke-5 (X1.5) menunjukkan frekuensi tertinggi sebesar 52% (sangat setuju) dan frekuensi yang paling rendah sebesar 5% (kurang setuju).

#### b. Variabel Keamanan

Dalam hal ini dikemukakan angket mengenai keamanan atau bukti fisik yang merupakan variabel bebas dari penelitian, sebagaimana terlihat pada gambar tabel 4.6 hasil presentase jawaban responden berdasarkan keamanan.

**Tabel 4.6**

**Responden Terhadap Keamanan**

Pertanyaan	SS		S		KS		Total	Total
	F	%	F	%	F	%	F	%
X2.1	70	70%	25	25%	5	5%	100	100%
X2.2	55	55%	43	43%	2	2%	100	100%
X2.3	63	63%	31	31%	6	6%	100	100%
X2.4	71	71%	25	25%	4	4%	100	100%
X2.5	56	56%	42	42%	2	2%	100	100%

Sumber : Data Primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui pertanyaan variabel keamanan yaitu:

- 1) Untuk item pertanyaan ke-1 (X2.1) menunjukkan frekuensi tertinggi sebesar 70% (sangat setuju) dan frekuensi yang paling rendah sebesar 5% (kurang setuju).
- 2) Item pertanyaan ke-2 (X2.2) menunjukkan frekuensi tertinggi sebesar 55% (sangat setuju) dan frekuensi yang paling rendah 2% (kurang setuju).
- 3) Item pertanyaan ke-3 (X2.3) menunjukkan frekuensi tertinggi sebesar 63% (sangat setuju) dan frekuensi yang paling rendah 6% (kurang setuju).
- 4) Item pertanyaan ke-4 (X2.4) menunjukkan frekuensi tertinggi sebesar 71% (sangat setuju) dan frekuensi yang paling rendah 4% (kurang setuju).
- 5) Item pertanyaan ke-5 (X2.5) menunjukkan frekuensi tertinggi sebesar 56% (sangat setuju) dan frekuensi yang paling rendah sebesar 2% (kurang setuju).

c. Variabel Ragam Layanan

Dalam hal ini dikemukakan angket mengenai ragam layanan atau bukti fisik yang merupakan variabel bebas dari penelitian, sebagaimana terlihat pada gambar tabel 4.7 hasil presentase jawaban responden berdasarkan ragam jasa layanan.

**Tabel 4.7**  
**Responden Terhadap Ragam Layanan**

Pertanyaan	SS		S		KS		Total F	Total %
	F	%	F	%	F	%		
Y1.1	56	56%	36	36%	8	8%	100	100%
Y1.2	68	68%	31	31%	1	1%	100	100%
Y1.3	72	72%	22	22%	6	6%	100	100%
Y1.4	59	59%	37	37%	4	4%	100	100%
Y1.5	63	63%	36	36%	1	1%	100	100%

Sumber : Data Primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui pertanyaan variabel ragam layanan, yaitu:

- 1) Untuk item pertanyaan ke-1 (Y1.1) menunjukkan frekuensi tertinggi sebesar 56% (sangat setuju) dan frekuensi yang paling rendah sebesar 8% (kurang setuju).
- 2) Item pertanyaan ke-2 (Y1.2) menunjukkan frekuensi tertinggi sebesar 68% (sangat setuju) dan frekuensi yang paling rendah 1% (kurang setuju).
- 3) Item pertanyaan ke-3 (Y1.3) menunjukkan frekuensi tertinggi sebesar 72% (sangat setuju) dan frekuensi yang paling rendah 6% (kurang setuju).

4) Item pertanyaan ke-4 (Y1.4) menunjukkan frekuensi tertinggi sebesar 59% (sangat setuju) dan frekuensi yang paling rendah 4% (kurang setuju).

5) Item pertanyaan ke-5 (Y1.5) menunjukkan frekuensi tertinggi sebesar 63% (sangat setuju) dan frekuensi yang paling rendah sebesar 1% (kurang setuju).

#### d. Variabel Kepuasan

Dalam hal ini dikemukakan angket mengenai Kepuasan atau bukti fisik yang merupakan variabel terikat dari penelitian, sebagaimana terlihat pada gambar tabel 4.8 hasil presentase jawaban responden berdasarkan kepuasan konsumen.

**Tabel 4.8**  
**Responden Terhadap Kepuasan**

Pertanyaan	SS		S		KS		Total F	Total %
	F	%	F	%	F	%		
Y2.1	57	57%	38	38%	5	5%	100	100%
Y2.2	65	65%	33	33%	2	2%	100	100%
Y2.3	69	69%	28	28%	3	3%	100	100%
Y2.4	51	51%	45	45%	4	4%	100	100%
Y2.5	68	68%	30	30%	2	2%	100	100%

Sumber : Data Primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui pertanyaan variabel kepuasan, yaitu:

- 1) Untuk item pertanyaan ke-1 (Y2.1) menunjukkan frekuensi tertinggi sebesar 57% (sangat setuju) dan frekuensi yang paling rendah sebesar 5% (kurang setuju).
- 2) Item pertanyaan ke-2 (Y2.2) menunjukkan frekuensi tertinggi sebesar 65% (sangat setuju) dan frekuensi yang paling rendah 2% (kurang setuju).
- 3) Item pertanyaan ke-3 (Y2.3) menunjukkan frekuensi tertinggi sebesar 69% (sangat setuju) dan frekuensi yang paling rendah 3% (kurang setuju).
- 4) Item pertanyaan ke-4 (Y2.4) menunjukkan frekuensi tertinggi sebesar 51% (sangat setuju) dan frekuensi yang paling rendah 4% (kurang setuju).
- 5) Item pertanyaan ke-5 (Y2.5) menunjukkan frekuensi tertinggi sebesar 68% (sangat setuju) dan frekuensi yang paling rendah sebesar 2% (kurang setuju).