

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

V. 1 Kesimpulan

Menjawab pertanyaan yang diajukan pada awal penelitian, maka kesimpulan yang didapatkan adalah:

5. Faktor-faktor sikap yang menjadi determinan *bicycle travel demand* adalah **kepercayaan bahwa responden dapat merubah kondisi lingkungan dengan bersepeda** dan opini **mobil adalah simbol status**. Mereka yang percaya diri dapat merubah kondisi lingkungan dengan bersepeda pada kenyataannya akan meningkatkan permintaan bersepeda melalui perilaku nyata. Sedangkan faktor sikap yang dapat menjadi faktor yang menurunkan permintaan bersepeda adalah anggapan bahwa “mobil adalah simbol status”. Namun perlu diperhatikan, bahwa pendapat ini tetap akan memunculkan “keinginan” (*behavioural intention*) untuk mengubah mode transportasi pilihan ke sepeda, walaupun pada kenyataannya kurang diwujudkan dalam bentuk perilaku secara langsung.
6. Faktor keinginan yang menjadi determinan *bicycle travel demand* adalah pernyataan bahwa responden “bersedia mengubah mode transportasinya untuk mengurangi kemacetan dan polusi di Jakarta”. Namun faktor keinginan saja tidak cukup untuk mewujudkan peningkatan permintaan bersepeda secara drastis (yaitu ke level 2 atau level 3). Dalam penelitian

faktor keinginan hanya berhasil membawa seseorang untuk bersepeda sebanyak 1 hari kerja atau melakukan perubahan *travel demand* level 1.

7. Faktor perilaku yang menjadi determinan *bicycle travel demand* adalah peningkatan permintaan bersepeda level 1, level 2, dan level 3, atau sikap mempertahankan perilaku bersepeda pada *prior riders*. Pada penelitian, faktor perilaku ini diwujudkan dalam variabel HTD (*High Travel Demand*), MTD (*Medium Travel Demand*), dan LTD (*Lower Travel Demand*).
8. Hubungan kausal yang ditunjukkan pada penelitian ini menunjukkan bahwa ada pola *recursive* dalam menjelaskan permintaan terhadap *bicycle travel demand*, yaitu hubungan dari sikap (*attitude*) yang mempengaruhi keinginan (*behavioural intention*), dan pada akhirnya mempengaruhi perilaku (*behaviour*) yang merupakan determinan langsung dari *bicycle travel demand*.
9. Masuknya seseorang ke dalam komunitas B2W ternyata dapat mengubah (meningkatkan) permintaannya terhadap *bicycle travel demand*. Namun, perubahan yang dilakukannya masih pada tingkat yang paling rendah. Lewat survey, dapat dilihat bahwa perubahan perilaku untuk mengendarai sepeda yang didasarkan atas opini terhadap keadaan lingkungan dan keinginan untuk merubahnya berhasil membawa perubahan permintaan sebesar 1-2 hari kerja. Sedangkan mereka yang mengendarai sepeda ke kantor selama 5 hari kerja umumnya tidak melakukan praktek tersebut karena opini terhadap lingkungan, namun karena memang sudah terbiasa melakukan olahraga tersebut bahkan sebelum bergabung dengan B2W.

10. Faktor “kepercayaan bahwa individu dapat mengubah kondisi lingkungan dengan perilaku bersepeda” dipengaruhi oleh dukungan fasilitas yang disediakan kantor atas perilaku bersepeda dan juga infrastruktur jalan di Jakarta. Selain itu, dukungan kelembagaan juga akan meningkatkan kepercayaan ini. Dukungan tersebut terwujud baik dalam partisipasi dalam keanggotaan B2W sebagai komunitas bersepeda, maupun dukungan pemerintah daerah lewat Hari Bebas Kendaraan Bermotor yang merupakan dukungan pemerintah terhadap kegiatan bersepeda.

V. 2 Saran

Meningkatkan *bicycle travel demand* adalah salah satu upaya untuk memperbaiki kondisi lingkungan, terutama polusi yang disebabkan oleh kendaraan bermotor. Namun upaya ini membutuhkan usaha dari semua pihak. Organisasi masyarakat seperti B2W adalah satu langkah untuk mengatasinya. Namun, organisasi semacam ini tidak akan dapat membuat perubahan perilaku atas pilihan transportasi secara signifikan jika tidak didukung oleh pihak-pihak eksternal.

Contohnya saja, kita dapat melihat infrastruktur jalan di Jakarta memang masih lebih *pro*-kendaraan bermotor dibanding sepeda. Begitu pula dengan infrastruktur di kantor-kantor Jakarta yang tidak menyediakan fasilitas bagi pengendara sepeda, namun memberikan kemewahan seperti lahan parkir yang luas, untuk kendaraan bermotor. Walaupun begitu, pemerintah daerah patut kita hargai usahanya dalam mencanangkan Hari Bebas Kendaraan Bermotor yang salah satu tujuannya adalah memberikan pembiasaan bagi mereka yang belum terbiasa bersepeda di jalan-jalan protokol.

Faktor-faktor yang telah disebutkan di atas tadi sangat berpengaruh dalam membentuk sikap **‘percaya bahwa sebagai individu dapat merubah keadaan lingkungan dengan bersepeda’**, sikap tersebut akan berlanjut pada keinginan untuk merubah modus transportasi dan pada akhirnya meningkatkan permintaan modus transportasi bersepeda. Potensi yang dimiliki anggota B2W untuk meningkatkan permintaan bersepeda masih terbuka lebar. Walaupun mereka beranggapan bahwa infrastruktur di Jakarta dan di kantor kurang mendukung, pada kenyataannya mereka masih berpartisipasi aktif dengan melakukan perjalanan bersepeda ke kantor. Jika faktor “percaya bahwa sebagai individu dapat merubah keadaan lingkungan dengan bersepeda” dapat ditingkatkan, tentunya, faktor permintaan bersepeda juga akan meningkat.

Angapan bahwa mobil adalah status simbol tersebut memberikan pengaruh negatif terhadap permintaan bersepeda. Jika hal ini terus dilakukan, maka sumbangan polusi Jakarta dari bahan bakar akan sulit untuk ditahan. Salah satu instrumen ekonomi yang efektif meningkatkan disinsentif terhadap penggunaan mobil adalah pengenaan pajak. Adapun penerapan dan perhitungannya perlu diteliti lagi lebih lanjut.

Saran bagi komunitas B2W adalah

1. Berdasarkan analisa statistik deskriptif dari survey, profil sosial ekonomi anggota B2W adalah kelompok menengah ke atas dan berpendidikan. Hal ini dapat menguntungkan jika B2W memanfaatkan anggotanya untuk melakukan lobby kebijakan dengan birokrat, kerjasama akademisi dan pengusaha untuk suatu kampanye yang mendukung kebijakan publik *pro-sepeda*.

2. Berdasarkan penelitian ini B2W secara signifikan berhasil memperkenalkan penggunaan transportasi sepeda pada *first timers*. Tahap pengembangan B2W selanjutnya sebaiknya dalam bentuk kampanye-kampanye yang lebih strategis untuk mempertahankan dan meningkatkan penggunaan transportasi sepeda ke kantor.

Saran bagi pembuat kebijakan adalah

1. Ternyata faktor ‘persepsi publik’ memainkan peranan penting. Oleh karena itu kebijakan pemerintah di luar hari bebas berkendara bermotor perlu digalakkan (*moral suasion* lewat iklan layanan masyarakat dan kegiatan-kegiatan bernuansa lingkungan)
2. Insentif bagi mereka yang konversi dari mobil → sepeda. Contohnya; membuat jalur sepeda khusus, gratis air minum untuk pengendara sepeda
3. Disinsentif bagi mereka yang masih mengendarai mobil → menaikkan tarif parkir, tarif tol flat (sehingga yang berkendara dekat *cosnya* lebih tinggi)

V. 3 Saran Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini memiliki banyak kekurangan,, namun merupakan salah satu upaya untuk mengungkap faktor- faktor *attitude*, *intention*, dan *behaviour* yang mempengaruhi demand. Penulis berusaha untuk menggali sendiri apa yang menjadi faktor-faktor yang mempengaruhi demand lewat pengumpulan data

primer. Selain itu, penelitian ini merupakan satu-satunya yang menggunakan model SEM dan software package LISREL 8.8 di kalangan Departmen Ilmu Ekonomi.

Saran-saran bagi penelitian serupa antara lain :

1. Bagi permodelan SEM dengan menggunakan LISREL:
 - a) Tidak menerima variabel yang skew dan memiliki kurtosis secara signifikan, sebisa mungkin data terus dinormalisasi atau *dibootstrap* sampai memperoleh distribusi normal.
 - b) Seandainya skew dan kurtosis masih terjadi, gunakanlah pendekatan regresi lain yang menerima adanya data-data tidak berdistribusi normal, misalnya WLS (*Weighted Least Squares*).
 - c) Memperbanyak variabel konstruk untuk setiap variabel laten, survei memiliki lebih banyak variabel penjelas dan jumlah kuesioner yang diisi perlu ditingkatkan.
2. Bagi permodelan *bicycle travel demand* SEM di Jakarta:
 - a) Memisahkan antara pengguna sepeda yang melakukan perubahan perilaku level 1, 2, atau 3 (*change 1/2/3*) dengan pengguna sepeda yang tidak melakukan perubahan perilaku, namun juga memiliki *demand* terhadap pilihan transportasi sepeda (tetap A/B/C).
 - b) Agar lebih meyakinkan bahwa model SEM adalah *recursive* dengan lintasan kausalitas dari *attitude* → *behavioural intention* → *behaviour*, mungkin ada baiknya dilakukan regresi model *recursive* yang memiliki lintasan kausalitas kebalikannya, yaitu dari *behaviour* → *behaviour intention* → *attitude*. Setelah itu model

dapat dibandingkan dan dilihat yang mana yang memberikan ukuran-ukuran *goodness of fit* yang terbaik

- c) Melihat dari studi literatur yang dilakukan pada penelitian ini, maka kita akan mendapatkan bahwa faktor determinan permintaan bersepeda antara lain adalah; persepsi publik, fasilitas infrastruktur pendukung bersepeda yang baik, biaya bersepeda, biaya transportasi substitusi, insentif dari pengurangan penggunaan mobil, pertimbangan-pertimbangan kesetaraan sosial, tujuan bergian, dan kepatuhan terhadap kebijakan pemerintah. Bagi penelitian selanjutnya tidak perlu melakukan uji terhadap semua faktor di atas, karena ternyata faktor penentu yang paling signifikan bagi pengendara sepeda di Jakarta berdasarkan penelitian ini adalah persepsi publik. **Persepsi publik** dalam penelitian ini dijabarkan lagi menjadi dua variabel pembentuk antara lain “mobil sebagai simbol status” dengan hubungan negatif, dan “percaya bahwa individu dapat mengubah keadaan lingkungan”.