



Bukan Sekadar Hemat: Explorasi Faktor Niat Adopsi *Carpooling* di Kalangan Pengguna *Ridesharing* Indonesia

Raden Agoeng Bhimasta

Universitas Atma Jaya Yogyakarta, Indonesia

Alamat: Universitas Atma Jaya, Kampus 3 Bonaventura, Jalan Babarsari 44 Yogyakarta, Indonesia

Korespondensi penulis: raden.bhimasta@uajy.ac.id*

Abstract. *App-based carpooling services such as GrabCar Bareng offer potential for economic efficiency and environmental sustainability, but the adoption rate in Indonesia is still low. This study aims to explore the reasons why non-users refuse this service, even if they are familiar with ridesharing. Using a qualitative approach and thematic analysis based on interviews with 32 informants, this study identified three main reasons for adoption, namely economic benefits, environmental benefits, and social benefits, as well as six main reasons for rejection, namely time risk, social risk, privacy risk, comfort risk, security risk, and psychological risk. In addition, four situational and personal factors novelty seeking, altruistic value, time pressure, and preference for social contact were found to influence the power of these reasons. This research expands the application of Behavioral Reasoning Theory in the context of digital transportation services and provides practical implications for service developers to design communication strategies and service features that are responsive to user concerns.*

Keywords: *Behavioral Reasoning Theory, Carpooling, Reason for, Reasons against, Ridesharing.*

Abstrak. Layanan *carpooling* berbasis aplikasi seperti GrabCar Bareng menawarkan potensi efisiensi ekonomi dan keberlanjutan lingkungan, namun tingkat adopsinya di Indonesia masih rendah. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi alasan non-pengguna dalam menolak layanan ini, meskipun mereka sudah familiar dengan *ridesharing*. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan analisis tematik berdasarkan wawancara terhadap 32 informan, penelitian ini mengidentifikasi tiga alasan utama adopsi, yaitu manfaat ekonomi, manfaat lingkungan, dan manfaat sosial, serta enam alasan penolakan utama, yakni risiko waktu, risiko sosial, risiko privasi, risiko kenyamanan, risiko keamanan, dan risiko psikologis. Selain itu, empat faktor situasional dan personal — *novelty seeking, altruistic value, time pressure, dan preference for social contact* ditemukan memengaruhi kekuatan pengaruh dari alasan-alasan tersebut. Penelitian ini memperluas penerapan *Behavioral Reasoning Theory* dalam konteks layanan transportasi digital dan memberikan implikasi praktis bagi pengembang layanan untuk merancang strategi komunikasi dan fitur layanan yang responsif terhadap kekhawatiran pengguna.

Kata kunci: Teori Penalaran Perilaku, *Carpooling*, Alasan untuk, Alasan menentang, *Ridesharing*.

1. LATAR BELAKANG

Layanan mobilitas berbasis aplikasi telah menjadi bagian integral dari kehidupan perkotaan modern (Tambe, Cappelli, & Yakubovich, 2019). Di Indonesia, platform seperti Grab dan Gojek memfasilitasi jutaan perjalanan setiap harinya, terutama melalui layanan *ridesharing* yang menghubungkan pengguna dengan pengemudi profesional untuk perjalanan individual (Baum & Bieńkowski, 2020; Nasution, R. A., Siregar, H. S., & Nawangsari, 2020). Seiring berkembangnya teknologi dan kesadaran lingkungan, muncul varian baru seperti *carpooling*, yang memungkinkan beberapa penumpang berbagi kendaraan dalam satu perjalanan dengan rute searah (Molina, Ignacio Giménez-Nadal, & Velilla, 2020). Berbeda dari *ridesharing*, *carpooling* bertujuan untuk mengurangi jumlah kendaraan di jalan serta menekan emisi karbon dan konsumsi energi.

Namun, meskipun menawarkan manfaat ekonomi dan ekologis, adopsi layanan carpooling seperti GrabCar Bareng di Indonesia masih tergolong rendah. Padahal, di negara-negara seperti Tiongkok, India, dan Amerika Serikat, layanan serupa telah mengalami peningkatan pengguna secara signifikan (Marchiori, Rodrigues, Popadiuk, & Mainardes, 2022). Studi-studi sebelumnya telah mengeksplorasi faktor-faktor yang memengaruhi adopsi ridesharing atau carpooling, dengan menggunakan kerangka teori seperti Theory of Planned Behavior (TPB), Technology Acceptance Model (TAM), dan Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) (Anthopoulos & Tzimos, 2021). Namun demikian, studi-studi tersebut cenderung lebih menekankan pada determinan adopsi positif seperti kemudahan penggunaan, kepercayaan, dan efisiensi biaya, tanpa mengkaji secara eksplisit alasan pengguna tidak mengadopsi layanan (Ellyzabeth Sukmawati, Iwan Adhichandra, & Nur Sucahyo, 2022).

Dalam konteks inilah, Behavioral Reasoning Theory (BRT) menjadi relevan. BRT menekankan bahwa keputusan seseorang untuk bertindak tidak hanya dipengaruhi oleh niat positif (reasons for), tetapi juga oleh penolakan atau hambatan kognitif dan afektif yang dikenal sebagai reasons against. Dalam penelitian terkait inovasi keberlanjutan dan adopsi teknologi digital, reasons against terbukti memiliki pengaruh signifikan dalam menahan intensi perilaku, bahkan ketika persepsi manfaat tinggi (Marchiori, Rodrigues, Popadiuk, & Mainardes, 2022). Namun, sejauh ini penerapan BRT dalam studi adopsi layanan carpooling di negara berkembang, khususnya Indonesia, masih sangat terbatas.

Penelitian ini bertujuan untuk mengisi kekosongan tersebut dengan mengeksplorasi alasan-alasan di balik penolakan terhadap penggunaan GrabCar Bareng dari perspektif non-pengguna yang sudah terbiasa menggunakan ridesharing, namun belum pernah mencoba carpooling (Aguiléira & Pigalle, 2021). Fokus pada kelompok ini menjadi penting karena mereka memiliki eksposur dan akses terhadap teknologi, namun tetap menunjukkan resistensi terhadap layanan baru yang ditawarkan dalam ekosistem yang sama. Penelitian ini tidak hanya memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang barriers to adoption, tetapi juga mengidentifikasi faktor-faktor situasional dan personal yang memperkuat atau memperlemah pengaruh alasan-alasan tersebut (Julagasigorn, Banomyong, Grant, & Varadejsatitwong, 2021).

Secara teoritis, penelitian ini memperluas penerapan Behavioral Reasoning Theory dalam domain layanan mobilitas berbasis aplikasi, dengan mengungkap dimensi-dimensi risiko yang belum banyak dibahas seperti risiko sosial, psikologis, dan privasi. Sementara itu, secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi dasar perancangan strategi promosi, desain fitur, dan

edukasi pengguna bagi penyedia layanan seperti Grab untuk meningkatkan adopsi GrabCar Bareng secara lebih tepat sasaran (Julagasiorn et al., 2021) .

Kemacetan dan polusi udara di kota-kota besar Indonesia telah mencapai tingkat yang mengkhawatirkan. Carpooling berpotensi menjadi solusi mobilitas yang efisien dan ramah lingkungan, namun tingkat adopsinya masih rendah. Memahami faktor-faktor yang memengaruhi niat pengguna ridesharing untuk beralih ke carpooling sangat penting agar strategi promosi dan kebijakan transportasi bisa dirancang lebih tepat sasaran. Tanpa pemahaman yang mendalam tentang motivasi dan hambatan psikologis atau sosial, upaya mendorong carpooling cenderung tidak efektif. Oleh karena itu, penelitian ini bersifat mendesak dalam mendukung transisi menuju transportasi perkotaan yang lebih berkelanjutan. Penelitian ini menawarkan perspektif baru dengan mengeksplorasi niat adopsi carpooling secara spesifik di kalangan pengguna layanan ridesharing di Indonesia, yang selama ini belum banyak diteliti secara mendalam. Studi terdahulu fokus pada aspek ekonomi seperti penghematan biaya, namun penelitian ini menggali faktor-faktor psikologis, sosial, dan perilaku yang memengaruhi keputusan untuk ber-carpool. Dengan menggabungkan konteks lokal (Indonesia) dan kelompok pengguna ridesharing yang aktif, penelitian ini mengisi celah dalam literatur tentang perilaku mobilitas berkelanjutan di negara berkembang (Rey-Merchán, López-Arquillos, & Rosa, 2022).

2. KAJIAN TEORITIS

Perbedaan Carpooling dan Ridesharing

Meskipun kerap disamakan, carpooling dan ridesharing memiliki perbedaan konseptual dan operasional yang penting. Ridesharing mengacu pada praktik memesan kendaraan melalui platform digital dengan pengemudi profesional yang menjalankan perjalanan atas permintaan (Nasution et al., 2020). Sebaliknya, carpooling melibatkan beberapa penumpang dengan rute searah yang berbagi kendaraan dalam satu perjalanan, biasanya tanpa motif komersial dari pengemudi. Carpooling lebih menekankan aspek kolaboratif dan efisiensi sumber daya, sedangkan ridesharing lebih bersifat on-demand dan personal (Mitropoulos, Kortsari, & Ayfantopoulou, 2021).

Teori Adopsi Layanan Mobilitas

Berbagai studi terdahulu telah mengkaji adopsi layanan mobilitas berbasis aplikasi dengan menggunakan pendekatan teoretis seperti Technology Acceptance Model (TAM), Theory of Planned Behavior (TPB), dan Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT). Faktor-faktor seperti persepsi kemudahan penggunaan, norma sosial, dan efisiensi biaya umumnya ditemukan sebagai pendorong utama intensi perilaku (Baum & Bieńkowski,

2020). Namun, pendekatan ini sebagian besar berfokus pada faktor pendorong, tanpa menelaah secara eksplisit alasan pengguna tidak mengadopsi layanan tertentu.

Behavioral Reasoning Theory (BRT)

Behavioral Reasoning Theory (BRT) menawarkan perspektif yang lebih seimbang dalam menjelaskan perilaku adopsi, karena memperhitungkan baik reasons for maupun reasons against. Studi seperti Marchiori et al. (2022) telah menunjukkan bahwa reasons against memiliki pengaruh yang signifikan dalam menghambat niat, bahkan ketika manfaat layanan dirasakan tinggi. Namun, kajian berbasis BRT dalam konteks carpooling masih terbatas, khususnya di negara-negara berkembang seperti Indonesia, yang memiliki norma sosial, preferensi kenyamanan, dan risiko keamanan yang berbeda.

Komparasi Penelitian Terdahulu

Tabel 1 menyajikan ringkasan penelitian yang relevan mengenai adopsi carpooling dan ridesharing. Penelitian ini diklasifikasikan berdasarkan teori, konteks negara, jenis layanan, karakteristik sampel, metode, dan temuan utama.

Tabel 1. Tabel Ringkasan Penelitian 5 tahun terakhir

Penulis	Teori	Konteks Negara	Konteks Jenis	Sampel	Metode	Temuan Utama
Shaheen & Cohen (2019)	-	Amerika Serikat	Ridesharing	1200 pengguna	Survei	Efisiensi biaya & waktu mendorong adopsi
Wang, Wang, Wang, & Li (2019)	TPB	China	Carpooling	310 pekerja harian	Survei	Norma sosial & persepsi risiko memengaruhi intensi
Y. Liu, Chen, & Li (2020)	UTAUT	China	Ridesharing	520 mahasiswa	Survei	Hambatan: kepercayaan, kesenjangan digital
Nasution, Siregar, & Nawangsari (2020)	TAM	Indo	Ridesharing	250 pengguna Grab	Survei	Perceived ease of use dominan; resistensi belum dikaji
Bulc & Bæk (2020)	TPB + TAM	Polandia	Carpooling	37 pengguna mobil pribadi	Wawancara tematik	Hambatan: privasi, keamanan, dan ketidakpastian rute
Mitropoulos, Kortsari, & Ayfantopoulou (2021)	-	Yunani	Carpooling	327 Data pengguna carpool bus	Survei	Faktor motivasional dan hambatan logistik berpengaruh pada keputusan

Rey-Merchán, López-Arquillos, & Rosa (2022)	-	Spanyol	Carpooling	Panel pakar	Delphi	Hambatan utama: kurang fleksibel, keamanan, dan privasi
Lowe & Piantanakulchai (2023)	-	Thailand	Carpooling	Pelajar universitas	Survei + SEM	Preferensi sosial dan kenyamanan fisikengaruhi adopsi carpooling
Haroon et al. (2024)	-	Pakistan	Carpooling	Dewasa muda	Survei	Persepsi dampak lingkungan dan efisiensi memengaruhi niat carpool
Tian, Tu, Sui, & Sun (2024)	-	China	Carpooling	5502 pengguna online	Analisis tematik LDA	Nilai ko-kreasi antar pemangku kepentingan mendorong keberlanjutan
Penelitian ini	BRT	Indo	Carpooling	32 non-pengguna GrabCar Bareng	Wawancara tematik	<i>Reasons against</i> : risiko waktu, sosial, privasi, kenyamanan, keamanan, psikologis; 4 faktor kontekstual

Gap Penelitian dan Kontribusi

Berdasarkan komparasi di atas, terdapat tiga gap utama yang ingin diisi oleh penelitian ini. Pertama, sebagian besar studi sebelumnya masih berfokus pada intensi positif dan determinan adopsi, belum banyak yang menggali alasan penolakan secara eksplisit. Kedua, meskipun BRT telah digunakan, penerapannya dalam konteks carpooling masih terbatas, khususnya di Indonesia. Ketiga, belum ada studi yang mengeksplorasi pengaruh faktor situasional dan personal (seperti novelty seeking atau time pressure) terhadap pertimbangan adopsi layanan carpooling.

Penelitian ini memberikan kontribusi dengan memperluas konteks BRT ke dalam layanan carpooling berbasis aplikasi di Indonesia, mengidentifikasi bentuk-bentuk *reasons against* yang spesifik, serta menambahkan perspektif kontekstual terhadap dinamika keputusan pengguna. Dengan demikian, studi ini tidak hanya memperkaya literatur adopsi teknologi mobilitas, tetapi juga memberikan dasar untuk pengembangan strategi intervensi yang lebih adaptif dan kontekstual.

3. METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif eksploratif untuk memahami secara mendalam alasan di balik penolakan terhadap layanan carpooling GrabCar Bareng dari perspektif non-pengguna di Indonesia. Pendekatan ini dipilih karena cocok untuk menggali fenomena yang belum banyak diteliti dan memungkinkan pemahaman kontekstual terhadap persepsi individu. Penelitian ini juga mengadopsi pendekatan studi kasus intrinsik, karena fokus utama adalah pada kasus khusus penggunaan (atau penolakan) terhadap GrabCar Bareng dalam konteks sosial budaya Indonesia.

Informan Penelitian

Informan dalam penelitian ini adalah individu yang memenuhi dua kriteria utama: (1) Pernah menggunakan layanan ridesharing berbasis aplikasi (seperti Grab atau Gojek), dan (2) Sadar akan keberadaan layanan GrabCar Bareng (carpooling berbasis aplikasi) namun belum pernah menggunakan. Informan dipilih melalui teknik purposive sampling dengan pendekatan snowball, hingga mencapai saturasi teoretis pada partisipan ke-25. Untuk memverifikasi dan memperkaya data, wawancara tetap dilanjutkan hingga total 32 informan dari berbagai kota besar di Indonesia, seperti Jakarta, Bandung, Yogyakarta, dan Surabaya. Keberagaman latar belakang demografis juga diperhatikan untuk menjangkau variasi persepsi yang luas.

Teknik Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam semi-terstruktur, dilakukan secara daring menggunakan platform seperti Zoom atau Google Meet. Setiap sesi wawancara berlangsung selama 30-60 menit dan direkam dengan izin informan. Panduan wawancara dikembangkan berdasarkan kerangka Behavioral Reasoning Theory (BRT), dengan fokus utama pada penggalan reasons for dan reasons against. Contoh pertanyaan awal meliputi: "*Apa alasan Anda belum pernah menggunakan GrabCar Bareng?*" "*Bagaimana perasaan Anda jika harus berbagi kendaraan dengan orang yang tidak dikenal?*", dan "*Apakah Anda memiliki kekhawatiran tertentu terhadap layanan carpooling?*", Data transkrip dikodekan secara manual dan dibantu oleh perangkat lunak bantu analisis kualitatif, Nvivo, untuk menjaga sistematika proses analisis.

Teknik Analisis Data

Data dianalisis menggunakan pendekatan analisis tematik (thematic analysis) sebagaimana diuraikan dalam versi terkini oleh Braun dan Clarke, yang menekankan prinsip *reflexive thematic analysis* dan peran aktif peneliti dalam membangun tema (Byrne, 2021). Prosedur analisis mengikuti enam tahap sistematis: (1) Membaca ulang transkrip secara

mendalam, (2). Menghasilkan kode awal secara terbuka, (3) Mengidentifikasi tema-tema awal, (4) Merevisi dan menamai tema utama dan sub-tema, (5) Menyusun narasi hasil dalam bentuk struktur tematik, (6) Verifikasi dan triangulasi silang antarinforman, (7) Validitas temuan diuji melalui teknik member checking, diskusi antarpeneliti, dan audit trail dalam proses dokumentasi analisis.

Pertimbangan Etis

Penelitian ini telah melalui proses persetujuan etis di tingkat institusi dan mematuhi prinsip dasar etika penelitian seperti informed consent, anonimitas, dan kerahasiaan data. Seluruh partisipan diberikan penjelasan tertulis tentang tujuan penelitian dan hak mereka untuk menghentikan partisipasi kapan saja. Semua nama dalam transkrip disamarkan untuk melindungi identitas informan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

1. Reason for Adoption

Berdasarkan hasil analisis tematik terhadap wawancara, ditemukan tiga alasan utama yang mendorong ketertarikan terhadap layanan GrabCar Bareng. Ketiganya berkaitan dengan nilai instrumental, sosial, dan lingkungan yang dirasakan oleh calon pengguna. Alasan ini mencerminkan dimensi positif dari reasoning yang relevan dalam konteks Behavioral Reasoning Theory (BRT).

a) Manfaat Ekonomi

Manfaat ekonomi merupakan alasan yang paling sering dikemukakan oleh informan sebagai pertimbangan utama menggunakan layanan carpooling. Tema ini merujuk pada persepsi bahwa GrabCar Bareng menawarkan efisiensi biaya yang lebih baik dibandingkan layanan ridesharing biasa (Čulík, Kalašová, & Synák, 2021). Beberapa partisipan menyebutkan bahwa layanan ini memungkinkan pembagian ongkos perjalanan sehingga menjadi lebih terjangkau. Salah satu informan mengatakan, "*Tarifnya lebih murah dibandingkan memesan Grab biasa,*" sementara yang lain menyatakan, "*Bisa lebih hemat karena biayanya dibagi dengan penumpang lain.*" Persepsi ini menegaskan bahwa insentif finansial tetap menjadi daya tarik utama dalam adopsi teknologi transportasi bersama di kalangan konsumen perkotaan Indonesia (de Palma, Stokkink, & Geroliminis, 2022).

b) Manfaat Lingkungan

Manfaat lingkungan juga muncul sebagai salah satu alasan adopsi, khususnya dari partisipan yang memiliki kepedulian terhadap dampak ekologis dari penggunaan kendaraan pribadi (X. Liu, Yan, Liu, Wang, & Leng, 2019). Tema ini sejalan dengan konstruk nilai pro-

lingkungan yang sebelumnya telah dijelaskan dalam berbagai studi perilaku keberlanjutan. Beberapa informan mengekspresikan bahwa menggunakan carpooling dapat membantu mengurangi jumlah kendaraan yang beroperasi di jalan dan, pada akhirnya, menurunkan tingkat polusi. Seorang partisipan menyampaikan, *"Mengurangi jumlah kendaraan di jalan, sehingga lebih ramah lingkungan,"* dan partisipan lain menambahkan, *"Kalau bisa bareng, kan nggak nambah polusi lagi."* Ini menunjukkan bahwa sebagian pengguna mempertimbangkan konsekuensi ekologis dalam keputusan transportasi mereka.

c) **Manfaat Sosial**

Manfaat sosial merujuk pada peluang untuk menjalin interaksi dan membangun relasi selama perjalanan, sebuah motivasi yang relevan terutama bagi individu dengan preferensi terhadap kontak interpersonal (Lowe & Piantanakulchai, 2023). Dalam studi ini, beberapa partisipan mengungkapkan bahwa mereka tertarik menggunakan GrabCar Bareng karena memungkinkan mereka berinteraksi dengan orang baru. Seorang informan mengatakan, *"Cocok untuk saya yang suka bersosialisasi atau ngobrol sepanjang jalan,"* dan yang lain menambahkan, *"Dengan adanya penumpang lain, perjalanan terasa lebih hidup."* Temuan ini menunjukkan bahwa interaksi sosial tidak selalu dianggap sebagai risiko, tetapi justru dapat menjadi nilai tambah bagi segmen pengguna tertentu.

2. **Reason Againsts Adoption**

Melalui analisis tematik, ditemukan enam tema utama yang menggambarkan alasan nonpengguna menolak untuk mengadopsi layanan carpooling GrabCar Bareng. Alasan-alasan ini umumnya berakar pada persepsi terhadap berbagai bentuk risiko yang muncul dari aspek sosial, emosional, dan praktis dalam pengalaman berbagi kendaraan dengan orang lain.

a) **Risiko Waktu**

Risiko waktu mengacu pada persepsi bahwa carpooling akan membuat perjalanan menjadi lebih lama atau kurang efisien secara temporal (Kong, Jiang, & Ng, 2021). Sebagian besar partisipan menyatakan kekhawatiran bahwa mereka harus menunggu atau mengunjungi lokasi penumpang lain yang memperpanjang waktu tempuh. Seorang informan mengatakan, *"Khawatir perjalanan jadi lebih lama karena harus jemput-jemput dulu,"* sementara yang lain menyatakan, *"Takut terlambat karena harus muter dulu ke rumah penumpang lain."* Temuan ini memperkuat pentingnya kontrol waktu sebagai faktor kunci dalam keputusan mobilitas sehari-hari, khususnya dalam konteks urban.

b) Risiko Sosial

Risiko sosial mencerminkan ketidakpastian terhadap dengan siapa pengguna akan berbagi ruang dan bagaimana interaksi sosial akan berlangsung (Kapser & Abdelrahman, 2020). Beberapa partisipan menyatakan bahwa berbagi kendaraan dengan orang asing terasa tidak nyaman dan memunculkan potensi interaksi yang tidak menyenangkan. Seorang partisipan menyampaikan, "*Tidak nyaman berbagi kendaraan dengan orang asing,*" sementara yang lain menambahkan, "*Ada risiko duduk dengan orang yang kurang sopan.*" Kekhawatiran ini mencerminkan sensitivitas terhadap norma sosial dan preferensi atas interaksi yang dapat diprediksi dan dikendalikan.

c) Risiko Privasi

Risiko privasi mengacu pada ketidaknyamanan yang dirasakan ketika informasi pribadi seperti lokasi penurunan atau tujuan perjalanan diketahui oleh orang lain (Li & Guo, 2022). Bagi beberapa informan, kondisi ini dianggap sebagai bentuk pelanggaran ruang pribadi. Seorang partisipan mengatakan, "*Kurang nyaman kalau orang lain tahu saya turun di mana,*" dan yang lain mengungkapkan, "*Rasanya tidak enak kalau harus cerita tujuan atau ngobrol dipaksa.*" Risiko ini tidak hanya bersifat informasional, tetapi juga emosional, karena menyangkut kendali atas narasi diri di ruang publik.

d) Risiko Kenyamanan

Risiko kenyamanan menggambarkan kekhawatiran terhadap pengalaman fisik yang kurang menyenangkan selama perjalanan bersama, seperti tempat duduk, ruang gerak, atau pembatasan barang bawaan (Tian et al., 2024). Beberapa partisipan menyebutkan bahwa mereka pernah atau membayangkan harus duduk di kursi yang tidak diinginkan atau terbatasnya ruang untuk membawa barang. Salah satu informan menyatakan, "*Tempat duduk yang diinginkan sudah dipakai duluan, akhirnya harus duduk di depan,*" dan yang lain menambahkan, "*Tidak bisa bawa barang banyak karena berbagi bagasi.*" Ketidakpastian ini menurunkan kenyamanan dan menambah beban mental dalam pengambilan keputusan.

e) Risiko Keamanan

Risiko keamanan berkaitan dengan potensi ancaman fisik atau kejahatan yang mungkin terjadi akibat berbagi ruang tertutup dengan orang yang tidak dikenal (Litman, 2021). Kekhawatiran ini muncul baik dalam bentuk eksplisit maupun implisit dari narasi informan. Seorang partisipan mengungkapkan, "*Saya takut kejadian yang tidak diinginkan di jalan,*" sedangkan yang lain mengatakan, "*Rasanya lebih aman kalau sendiri, karena tahu siapa drivernya.*" Isu ini memiliki sensitivitas khusus dalam konteks masyarakat urban yang mengalami berbagai bentuk ketidakpastian sosial.

f) Risiko Psikologis

Risiko psikologis mencakup perasaan tidak nyaman, canggung, atau tekanan emosional yang dirasakan ketika harus berinteraksi secara sosial dalam ruang yang terbatas (Marchiori et al., 2022). Beberapa partisipan secara jujur mengungkapkan perasaan awkward atau tidak tahu bagaimana harus bersikap ketika berada bersama orang asing. Seorang informan mengatakan, "*Saya merasa awkward kalau harus duduk bareng orang asing,*" sementara yang lain menyatakan, "*Takut kalau harus ngobrol tapi nggak tahu harus mulai dari mana.*" Temuan ini menekankan bahwa resistensi terhadap carpooling tidak semata-mata rasional, tetapi juga bersumber dari ketidaknyamanan afektif.

3. Faktor situasi dan Personal

Selain alasan langsung yang mendorong atau menghambat adopsi carpooling, analisis wawancara juga mengungkap empat faktor situasional dan personal yang dapat memperkuat atau melemahkan pengaruh dari reasons for dan reasons against. Faktor-faktor ini bukan alasan utama dalam pengambilan keputusan, namun bertindak sebagai konteks atau kondisi yang membentuk bagaimana alasan tersebut diproses secara kognitif dan afektif oleh individu yang dapat memperkuat atau memperlemah dampak dari alasan-alasan utama yang telah dibahas sebelumnya.

a) *Novelty Seeking*

Novelty seeking adalah kecenderungan individu untuk mencari pengalaman baru sebagai bentuk eksplorasi diri atau pemenuhan motivasi intrinsik (Lin & Bhattacharjee, 2010). Dalam penelitian ini, beberapa partisipan menunjukkan minat menggunakan GrabCar Bareng karena ingin mencoba sesuatu yang berbeda. Seorang partisipan menyatakan, "*Saya tertarik karena ingin mencoba hal baru,*" sementara partisipan lain mengatakan, "*Penasaran aja sih, belum pernah carpool sebelumnya.*" Temuan ini menunjukkan bahwa rasa ingin tahu dapat menurunkan ambang resistensi terhadap layanan baru, bahkan jika terdapat potensi ketidaknyamanan.

b) *Altruistic Value*

Nilai altruistik mencerminkan orientasi individu terhadap kepentingan sosial dan lingkungan yang lebih luas dibanding kepentingan pribadi (Haroon et al., 2024). Partisipan yang memiliki nilai ini cenderung mempertimbangkan GrabCar Bareng karena merasa dapat berkontribusi terhadap tujuan kolektif. Seorang informan mengatakan, "*Saya merasa dengan carpool bisa bantu kurangi polusi,*" sementara lainnya menyatakan, "*Kalau bisa sharing, kenapa harus sendiri.*" Dalam kasus ini, nilai altruistik mendorong partisipan untuk tetap

terbuka terhadap adopsi meskipun mereka menyadari adanya hambatan dalam aspek kenyamanan atau privasi.

c) *Time Pressure*

Time pressure mengacu pada kondisi di mana seseorang harus membuat keputusan atau menyelesaikan tugas dalam waktu terbatas, yang sering kali meningkatkan preferensi terhadap pilihan yang lebih cepat dan pasti (Lu R et al., 2020). Beberapa partisipan menolak layanan GrabCar Bareng bukan karena tidak percaya pada sistem, melainkan karena merasa tidak cocok digunakan dalam situasi mendesak. *"Kalau lagi buru-buru sih, saya pasti pilih yang biasa aja, bukan bareng,"* ujar salah satu partisipan. Partisipan lain menambahkan, *"Carpool itu kayaknya cocok kalau nggak lagi dikejar waktu."* Temuan ini menunjukkan bahwa resistensi terhadap carpooling tidak selalu bersifat tetap, melainkan bisa sangat kontekstual.

d) *Preference for Social Contact*

Preferensi terhadap kontak sosial menunjukkan sejauh mana seseorang nyaman dan terdorong untuk berinteraksi dengan orang lain dalam situasi sosial (Lowe & Piantanakulchai, 2023). Dalam konteks ini, partisipan yang memiliki preferensi tinggi terhadap interaksi sosial justru melihat kehadiran penumpang lain sebagai aspek positif. Seorang partisipan menyebutkan, *"Saya orangnya emang suka ngobrol, jadi justru senang kalau rame,"* dan partisipan lain menyatakan, *"Kalau ketemu orang baru itu malah bikin perjalanan seru."* Temuan ini penting karena menunjukkan bahwa persepsi terhadap risiko sosial dan risiko psikologis bisa berubah menjadi potensi manfaat, tergantung pada disposisi pribadi pengguna.

Tabel 2 Ringkasan Hasil Analisa Tematik

Kategori	First-order Code	Second-order Code
Reason For	Manfaat Ekonomi	<i>"Tarifnya lebih murah dibandingkan memesan Grab biasa."</i>
		<i>"Bisa lebih hemat karena biayanya dibagi dengan penumpang lain."</i>
	Manfaat Lingkungan	<i>"Mengurangi jumlah kendaraan di jalan, sehingga lebih ramah lingkungan."</i>
		<i>"Kalau bisa bareng, kan nggak nambah polusi lagi."</i>
Manfaat Sosial	<i>"Cocok untuk saya yang suka bersosialisasi atau ngobrol sepanjang jalan."</i>	
	<i>"Dengan adanya penumpang lain, perjalanan terasa lebih hidup."</i>	
Reason Against	Risiko Waktu	<i>"Khawatir perjalanan jadi lebih lama karena harus jemput-jemput dulu."</i>
		<i>"Takut terlambat karena harus muter dulu ke rumah penumpang lain."</i>
	Risiko Sosial	<i>"Tidak nyaman berbagi kendaraan dengan orang asing."</i>
		<i>"Ada risiko duduk dengan orang yang kurang sopan."</i>
	Risiko Privasi	<i>"Kurang nyaman kalau orang lain tahu saya turun di mana."</i>
		<i>"Rasanya tidak enak kalau harus cerita tujuan atau ngobrol dipaksa."</i>
	Risiko Kenyamanan	<i>"Tempat duduk yang diinginkan sudah dipakai duluan, akhirnya harus duduk di depan."</i>
		<i>"Tidak bisa bawa barang banyak karena berbagi bagasi."</i>
Risiko Keamanan	<i>"Saya takut kejadian yang tidak diinginkan di jalan."</i>	
		<i>"Rasanya lebih aman kalau sendiri, karena tahu siapa drivernya."</i>

Situasional & Personal	Risiko Psikologis	"Saya merasa awkward kalau harus duduk bareng orang asing."
		"Takut kalau harus ngobrol tapi nggak tahu harus mulai dari mana."
	Novelty Seeking	"Saya tertarik karena ingin mencoba hal baru,"
		"Penasaran aja sih, belum pernah carpool sebelumnya."
	Altruistic	"Saya merasa dengan carpool bisa bantu kurangi polusi,"
		"Kalau bisa sharing, kenapa harus sendiri."
	Time Pressure	"Kalau lagi buru-buru sih, saya pasti pilih yang biasa aja, bukan bareng,"
		"Carpool itu kayaknya cocok kalau nggak lagi dikejar waktu."
Preference for Social Contact	"Saya orangnya emang suka ngobrol, jadi justru senang kalau rame,"	
	"Kalau ketemu orang baru itu malah bikin perjalanan seru."	

Pembahasan

Hasil penelitian ini memperkuat beberapa temuan dari studi sebelumnya mengenai motivasi dan hambatan dalam adopsi layanan carpooling. Misalnya, temuan bahwa manfaat ekonomi merupakan alasan utama pengguna mempertimbangkan GrabCar Bareng sejalan dengan studi Shaheen & Cohen (2019), serta Wang, Wang, Wang, & Li (2019), yang menunjukkan bahwa efisiensi biaya adalah salah satu pendorong utama dalam keputusan adopsi ridesharing dan carpooling. Selain itu, manfaat lingkungan (environmental benefit) sebagai alasan adopsi juga konsisten dengan temuan Haroon et al. (2024) dan Tian et al. (2024), yang menyoroti bahwa nilai pro-lingkungan berperan dalam mendorong perilaku mobilitas berkelanjutan.

Namun, penelitian ini juga mengidentifikasi temuan-temuan baru yang belum banyak dibahas dalam literatur terdahulu, khususnya dalam konteks Indonesia. Salah satu kontribusi unik adalah ditemukannya risiko sosial dan psikologis sebagai alasan dominan dalam penolakan terhadap carpooling. Risiko ini mencakup perasaan tidak nyaman berbagi kendaraan dengan orang asing, rasa canggung, dan ketakutan akan situasi sosial yang tidak diinginkan. Studi seperti (Chen, Li, Wang, & Cheng, 2020) telah menyentuh isu ketidaknyamanan sosial, tetapi tidak secara eksplisit mengaitkannya dengan aspek afektif seperti rasa awkward atau anxiety sosial, sebagaimana ditemukan dalam studi ini.

Selain itu, temuan mengenai risiko privasi dan risiko kenyamanan juga memperkaya pemahaman tentang faktor-faktor penolakan. Walaupun studi sebelumnya telah menyebutkan persepsi risiko sebagai hambatan, studi ini secara spesifik menguraikan bentuk risiko tersebut, seperti ketidaknyamanan karena tujuan perjalanan diketahui oleh orang lain atau tempat duduk yang tidak sesuai preferensi, sebagaimana juga diidentifikasi dalam studi Bulc & Bæk (2020) dan Lowe & Piantanakulchai (2023) yang menemukan bahwa faktor kenyamanan fisik dan kekhawatiran sosial memengaruhi keputusan untuk mengadopsi layanan carpooling.

Penelitian ini juga menemukan bahwa terdapat faktor-faktor personal dan situasional yang memengaruhi kekuatan dari reasons for dan reasons against. Misalnya, partisipan yang memiliki tingkat novelty seeking tinggi cenderung lebih terbuka terhadap carpooling meskipun memiliki kekhawatiran. Sementara itu, tekanan waktu (time pressure) membuat pengguna lebih cenderung menghindari layanan ini, karena kekhawatiran terhadap durasi perjalanan. Temuan ini belum banyak dikaji secara mendalam dalam penelitian sebelumnya di Indonesia.

Penelitian ini memberikan kontribusi teoretis dengan memperluas penerapan Behavioral Reasoning Theory dalam konteks layanan transportasi digital di negara berkembang (Sahu, Padhy, & Dhir, 2020). Secara khusus, temuan ini menegaskan pentingnya reasons against dalam membentuk niat penggunaan-sebuah aspek yang selama ini kurang mendapat perhatian dalam studi adopsi teknologi yang cenderung menekankan sisi positif dan intensi rasional (Dhir, Koshta, Goyal, Sakashita, & Almotairi, 2021).

Selain itu, dengan mengidentifikasi dimensi risiko baru seperti risiko psikologis dan risiko sosial, studi ini memperkaya pemahaman kita tentang konstruksi reasoning yang tidak hanya bersifat rasional, tetapi juga afektif dan kontekstual (Dhir et al., 2021). Ini menunjukkan bahwa behavioral reasoning terhadap layanan kolaboratif seperti carpooling tidak dapat dipisahkan dari nilai-nilai personal dan faktor sosial-budaya. Variabel situasional seperti novelty seeking dan time pressure membuka peluang untuk mengembangkan BRT ke arah yang lebih dinamis, dengan mempertimbangkan pengaruh kontekstual sebagai faktor yang memoderasi hubungan antara nilai, alasan, dan niat (Gupta & Arora, 2017).

Dari sisi praktis, hasil penelitian ini memberikan beberapa implikasi penting bagi penyedia layanan seperti Grab dalam meningkatkan adopsi layanan GrabCar Bareng. Pertama, kampanye komunikasi perlu difokuskan pada aspek manfaat ekonomi dan lingkungan, dengan narasi yang menekankan penghematan biaya dan kontribusi terhadap pengurangan polusi. Kedua, untuk mengurangi resistensi, penyedia layanan perlu memberikan jaminan kenyamanan dan keamanan, misalnya dengan fitur pilihan tempat duduk, informasi profil penumpang lain, serta opsi pengecualian sosial bagi pengguna yang menghindari interaksi. Ketiga, penting juga untuk mengidentifikasi dan menargetkan segmen pengguna tertentu, seperti mereka yang memiliki preferensi sosial tinggi atau kecenderungan mencoba hal baru. Grab dapat melakukan segmentasi berdasarkan preferensi interaksi sosial dan menciptakan fitur yang sesuai, misalnya pilihan "Silent Ride" atau "Sociable Mode". Terakhir, strategi peluncuran layanan sebaiknya mempertimbangkan waktu dan konteks, seperti menawarkan layanan GrabCar Bareng untuk perjalanan non-urgensial (liburan akhir pekan, kampus, atau event bersama), bukan untuk perjalanan dengan waktu sensitif (Dhir et al., 2021).

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi alasan pengguna layanan ridesharing di Indonesia tidak mengadopsi layanan carpooling berbasis aplikasi, dengan mengambil studi kasus GrabCar Bareng. Hasil analisis tematik mengungkap bahwa motivasi pengguna untuk mempertimbangkan layanan ini terutama didorong oleh tiga reasons for: manfaat ekonomi, manfaat lingkungan, dan manfaat sosial. Ketiga alasan ini telah banyak dikonfirmasi oleh literatur sebelumnya dan tetap relevan dalam konteks Indonesia.

Namun demikian, temuan yang lebih signifikan berasal dari sisi reasons against, di mana ditemukan enam hambatan utama, yaitu: risiko waktu, risiko sosial, risiko privasi, risiko kenyamanan, risiko keamanan, dan risiko psikologis. Dua dimensi terakhir memberikan kontribusi baru dalam kajian adopsi layanan transportasi digital karena belum banyak dijelaskan secara mendalam dalam studi terdahulu, khususnya dalam konteks sosial budaya negara berkembang. Penelitian ini juga menemukan bahwa faktor-faktor personal dan situasional seperti novelty seeking, altruistic value, time pressure, dan preference for social contact dapat memoderasi kekuatan pengaruh reasons for maupun reasons against terhadap intensi penggunaan layanan.

DAFTAR REFERENSI

- Aguiléra, A., & Pigalle, E. (2021). The future and sustainability of carpooling practices. An identification of research challenges. *Sustainability (Switzerland)*, Vol. 13. <https://doi.org/10.3390/su132111824>
- Anthopoulos, L. G., & Tzimos, D. N. (2021). Carpooling platforms as smart city projects: A bibliometric analysis and systematic literature review. *Sustainability (Switzerland)*, 13(19). <https://doi.org/10.3390/su131910680>
- Baum, R., & Bieńkowski, J. (2020a). Eco-efficiency in measuring the sustainable production of agricultural crops. *Sustainability (Switzerland)*, 12(4), 1418. <https://doi.org/10.3390/su12041418>
- Baum, R., & Bieńkowski, J. (2020b). Eco-efficiency in measuring the sustainable production of agricultural crops. *Sustainability (Switzerland)*, 12(4), 1418. <https://doi.org/10.3390/su12041418>
- Bulc, M., & Bąk, A. (2020). Acceptance of carpooling from the point of view of individual car users: Psychological determinants. *Sustainability*, 12(19), 7910. <https://doi.org/10.3390/su12197910>
- Byrne, D. (2021). A worked example of Braun and Clarke's approach to reflexive thematic analysis. *Quality & Quantity*, 56, 1391–1412. <https://doi.org/10.1007/s11135-021-01182-y>

- Chen, H., Li, H., Wang, Y., & Cheng, B. (2020). A comprehensive assessment approach for water-soil environmental risk during railway construction in ecological fragile region based on AHP and MEA. *Sustainability (Switzerland)*, 12(19). <https://doi.org/10.3390/SU12197910>
- Čulík, K., Kalašová, A., & Synák, F. (2021). Cost calculation and economic efficiency of carpooling. *Transportation Research Procedia*. <https://doi.org/10.1016/j.trpro.2021.06.026>
- de Palma, A., Stokkink, P., & Geroliminis, N. (2022). Influence of dynamic congestion with scheduling preferences on carpooling matching with heterogeneous users. *Transportation Research Part B: Methodological*, 155. <https://doi.org/10.1016/j.trb.2021.11.005>
- Dhir, A., Koshta, N., Goyal, R. K., Sakashita, M., & Almotairi, M. (2021). Behavioral reasoning theory (BRT) perspectives on E-waste recycling and management. *Journal of Cleaner Production*, 280. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.124269>
- Ellyzabeth Sukmawati, Iwan Adhicandra, & Nur Suchahyo. (2022). Information System Design of Online-Based Technology News Forum. *International Journal Of Artificial Intelligence Research*, 1.2. <https://doi.org/https://doi.org/10.29099/ijair.v6i1.2.593>
- Gupta, A., & Arora, N. (2017). Consumer adoption of m-banking: a behavioral reasoning theory perspective. *International Journal of Bank Marketing*, 35(4). <https://doi.org/10.1108/IJBM-11-2016-0162>
- Haroon, W., Khan, M. A., Ilyas, Z., Almujiabah, H. R., Zubair, M. U., Ashfaq, M., & Hamza, M. (2024). Analyzing young adult travelers' perception and impacts of carpooling on traffic sustainability. *Sustainability*. <https://doi.org/10.3390/su16146098>
- Julagasigorn, P., Banomyong, R., Grant, D. B., & Varadejsatitwong, P. (2021). What encourages people to carpool? A conceptual framework of carpooling psychological factors and research propositions. *Transportation Research Interdisciplinary Perspectives*, 12. <https://doi.org/10.1016/j.trip.2021.100493>
- Kapser, S., & Abdelrahman, M. (2020). Acceptance of autonomous delivery vehicles for last-mile delivery in Germany – Extending UTAUT2 with risk perceptions. *Transportation Research Part C: Emerging Technologies*, 111, 210–225. <https://doi.org/10.1016/j.trc.2019.12.016>
- Kong, Q., Jiang, C., & Ng, A. K. Y. (2021). The economic impacts of restricting black carbon emissions on cargo shipping in the Polar Code Area. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 147, 159–176. <https://doi.org/10.1016/j.tra.2021.02.017>
- Li, Y., & Guo, H. (2022). Sustainable development of shared mobility in China in relation to the privacy paradox of users. *Journal of Advanced Transportation*. <https://doi.org/10.1155/2022/7588929>
- Lin, C. P., & Bhattacharjee, A. (2010). Extending technology usage models to interactive hedonic technologies: A theoretical model and empirical test. *Information Systems Journal*, 20(2), 163–181. <https://doi.org/10.1111/j.1365-2575.2007.00265.x>

- Litman, T. (2021). Transportation and public health. *Annual Review of Public Health*, 34, 217–233. <https://doi.org/10.1146/annurev-publhealth-031912-114502>
- Liu, X., Yan, X., Liu, F., Wang, R., & Leng, Y. (2019). A trip-specific model for fuel saving estimation and subsidy policy making of carpooling based on empirical data. *Applied Energy*. <https://doi.org/10.1016/j.apenergy.2019.02.003>
- Liu, Y., Chen, J. V., & Li, H. (2020). Understanding ride-hailing intention of Chinese travelers: A PLS-SEM approach. *Sustainability*, 12(4), 1418. <https://doi.org/10.3390/su12041418>
- Lowe, W., & Piantanakulchai, M. (2023). Investigation of behavioral influences of carpool adoption for educational trips - A case study of Thammasat University, Thailand. *Case Studies on Transport Policy*. <https://doi.org/10.1016/j.cstp.2023.100970>
- Lu R, Zhao X, Li J, Niu P, Yang B, Wu H, ... Bi Y. (2020). Genomic characterisation and epidemiology of 2019 novel coronavirus: implications for virus origins and receptor binding. *The Lancet*, 395(10224), 565–574.
- Marchiori, D. M., Rodrigues, R. G., Popadiuk, S., & Mainardes, E. W. (2022a). The relationship between human capital, information technology capability, innovativeness and organizational performance: An integrated approach. *Technological Forecasting and Social Change*, 177. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2022.121526>
- Marchiori, D. M., Rodrigues, R. G., Popadiuk, S., & Mainardes, E. W. (2022b). The relationship between human capital, information technology capability, innovativeness and organizational performance: An integrated approach. *Technological Forecasting and Social Change*, 177. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2022.121526>
- Mitropoulos, L., Kortsari, A., & Ayfantopoulou, G. (2021). Factors affecting drivers to participate in a carpooling to public transport service. *Sustainability (Switzerland)*, 13(16). <https://doi.org/10.3390/su13169129>
- Molina, J. A., Ignacio Giménez-Nadal, J., & Velilla, J. (2020). Sustainable commuting: Results from a social approach and international evidence on carpooling. *Sustainability (Switzerland)*, 12(22). <https://doi.org/10.3390/su12229587>
- Nasution, R. A., Siregar, H. S., & Nawangsari, L. C. (2020). Understanding the adoption of Grab ride-hailing in Indonesia: Technology acceptance model approach. *Jurnal Teknik Industri*, 22(2), 113–121. <https://doi.org/10.9744/jti.22.2.113-121>
- Nasution, R. A., Siregar, H. S., & Nawangsari, L. C. (2020a). Understanding the adoption of Grab ride-hailing in Indonesia: Technology acceptance model approach. *Jurnal Teknik Industri*, 22(2), 113–121. <https://doi.org/https://doi.org/10.9744/jti.22.2.113-121>
- Nasution, R. A., Siregar, H. S., & Nawangsari, L. C. (2020b). Understanding the adoption of Grab ride-hailing in Indonesia: Technology acceptance model approach. *Jurnal Teknik Industri*, 22(2), 113–121. <https://doi.org/https://doi.org/10.9744/jti.22.2.113-121>
- Rey-Merchán, M. del C., López-Arquillos, A., & Pires Rosa, M. (2022). Carpooling Systems for Commuting among Teachers: An Expert Panel Analysis of Their Barriers and Incentives. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(14). <https://doi.org/10.3390/ijerph19148533>

- Sahu, A. K., Padhy, R. K., & Dhir, A. (2020). Envisioning the future of behavioral decision-making: A systematic literature review of behavioral reasoning theory. *Australasian Marketing Journal*, 28(4). <https://doi.org/10.1016/j.ausmj.2020.05.00>
- Shaheen, S., & Cohen, A. (2019). Shared ride services in North America: Definitions, impacts, and the future of pooling. *Transport Reviews*, 39(4), 427–442. <https://doi.org/10.1080/01441647.2018.1497728>
- Tambe, P., Cappelli, P., & Yakubovich, V. (2019). Artificial intelligence in human resources management: Challenges and A path forward. *California Management Review*, 61(4). <https://doi.org/10.1177/0008125619867910>
- Tian, C., Tu, K., Sui, H., & Sun, Q. (2024). Value co-creation in shared mobility: The case of carpooling in China. *Technological Forecasting and Social Change*. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2024.123481>
- Wang, Y., Wang, Y., Wang, Y., & Li, Y. (2019). Factors affecting carpooling intention among Chinese college students. *Sustainability*, 11(8), 2273. <https://doi.org/10.3390/su11082273>