

Mahmud Yunus
Etty Soesilowati
Dewi Liesnoor Setyowati
Thriwaty Arsal

PROFESIONALISME DRIVER TRANSPORTASI ONLINE



PROFESIONALISME DRIVER TRANSPORTASI ONLINE

**Mahmud Yunus
Etty Soesilowati
Dewi Liesnoor Setyowati
Thriwaty Aarsal**



pena persada
PENERBIT CV. PENA PERSADA

**PROFESIONALISME
DRIVER TRANSPORTASI ONLINE**

Penulis:

Mahmud Yunus
Etty Soesilowati
Dewi Liesnoor Setyowati
Thriwaty Aرسال

Editor:

Wiwit Kurniawan

ISBN : 978-623- 6504-97-0

Desain Sampul :

Retnani Nur Brilliant

Penata Letak :

Nisa Falahia

Penerbit CV. Pena Persada

Redaksi :

Jl. Gerilya No. 292 Purwokerto Selatan, Kab. Banyumas
Jawa Tengah

Email : penerbit.penapersada@gmail.com

Website : penapersada.com

Phone : (0281) 7771388

Anggota IKAPI

All right reserved
Cetakan pertama : 2020

Hak Cipta dilindungi oleh undang-undang. Dilarang memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin penerbit.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadirat Allah Swt. yang telah melimpahkan rahmat-Nya. Berkat karunia-Nya, peneliti dapat menyelesaikan buku yang berjudul **“Profesionalisme Driver Transportasi Online”**. Buku ini dapat diselesaikan berkat bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada pihak-pihak yang telah membantu penyelesaian buku ini.

Transportasi online memberikan manfaat untuk memudahkan dalam bertransportasi, membuka lapangan kerja dan meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Disisi lain transportasi online memberikan dampak negatif seperti konflik antara driver dengan transportasi konvensional, praktik kecurangan oknum driver, pelanggaran tata tertib oleh oknum driver dan perilaku kurang profesional oknum driver dalam menjalankan pekerjaannya. Fokus masalah penelitian ini adalah profil driver transportasi online, motif memilih profesi driver transportasi online, dampak penghargaan dan sanksi terhadap kinerja driver transportasi online dan penguatan profesionalisme driver transportasi online.

Tujuan kajian pada buku ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis profil sosial budaya driver transportasi online, menganalisis dan menemukan motif pemilihan profesi sebagai driver transportasi online, menganalisis bagaimana mobilisasi driver dalam pengaplikasian sistem transportasi online, bagaimana profesionalisme driver transportasi online dan untuk menemukan strategi penguatan eksistensi driver transportasi online di Kota Semarang. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologis. Hasil dan kesimpulan kajian buku ini adalah data driver transportasi online di Kota Semarang meliputi tingkat usia, mayoritas driver berusia antara 17 sampai dengan 38 tahun sebesar 67%. Tingkat pendidikan driver mayoritas berpendidikan SMA/SMK sebanyak 68%. Latar belakang pekerjaan driver sebelumnya mayoritas adalah karyawan sebesar 36%. Jenis driver transportasi online di Kota Semarang mayoritas driver sampingan sebesar 56%. Waktu menjadi driver transportasi online mayoritas antara 1 sampai

dengan 2 tahun sebesar 85%, dan pendapatan driver transportasi online di Kota Semarang mayoritas pendapatannya diantara lebih dari Rp. 100.000 sampai dengan Rp. 200.000 sebesar 46%. Motif seseorang memilih berprofesi sebagai driver transportasi online karena motif ekonomi, motif interaksi sosial, motif pengembangan diri dan motif menambah jejaring sosial. Sistem kerja aplikasi dan mobilisasi driver transportasi online di Kota telah mempengaruhi perubahan sosial di masyarakat, mempengaruhi driver dan konsumen transportasi online untuk dapat menyesuaikan diri dengan penggunaan aplikasi. Profil profesionalisme driver transportasi online di Kota Semarang meliputi menaati peraturan, menjaga diri, bersikap baik dan melayani konsumen. Profesionalisme driver dibutuhkan dalam memastikan sistem transportasi online dapat berjalan dengan baik. Strategi penguatan profesionalisme yang dilakukan oleh perusahaan transportasi online meliputi membuat tata tertib driver, penerapan penghargaan atau bonus jika bekerja diatas performa dan sanksi jika melanggar tata tertib. Strategi yang dijalankan perusahaan transportasi online belum sepenuhnya berhasil membuat driver profesional, oleh karena itu peneliti menemukan strategi penguatan profesional driver transportasi online dengan menempelkan stiker karikatur driver online "PROFESIONAL", yang merupakan singkatan dari Peduli, Ramah, On time, Fashionable, Etika, Semangat, Inisiatif, Optimis, Norma, Amanah, Luwes.

Penulis sadar bahwa dalam buku ini mungkin masih terdapat kekurangan, baik isi maupun tulisan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak sangat penulis harapkan. Semoga buku ini bermanfaat dan merupakan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Penulis

DAFTAR ISI

| | |
|---|-----|
| KATA PENGANTAR | iii |
| DAFTAR ISI | v |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| A. Perkembangan Teknologi dan Perubahan Transportasi | 1 |
| B. Permasalahan yang Dihadapi <i>Driver</i> Transportasi <i>Online</i> | 4 |
| BAB II KONSEP STRATEGI, PENGUATAN, DAN PROFESIONALISME PADA TRANSPORTASI ONLINE | 10 |
| A. Strategi | 10 |
| B. Penguatan (reinforcement)..... | 10 |
| C. Profesionalisme | 12 |
| D. <i>Driver</i> Transportasi <i>Online</i> | 13 |
| E. Transportasi <i>Online</i> | 16 |
| 1. Gojek..... | 19 |
| 2. Grab | 21 |
| 3. Sistem Kerja Transportasi Online..... | 23 |
| BAB III PROFIL SOSIAL BUDAYA DRIVER TRANSPORTASI ONLINE | 34 |
| A. Usia <i>Driver</i> Transportasi <i>Online</i> di Kota Semarang..... | 34 |
| B. Pendidikan <i>Driver</i> Transportasi <i>Online</i> Kota Semarang..... | 35 |
| C. Jenis <i>Driver</i> Transportasi <i>Online</i> di Kota Semarang..... | 38 |
| D. Pendapatan <i>Driver</i> Transportasi <i>Online</i> | 48 |
| E. Perilaku <i>Driver</i> Transportasi <i>Online</i> di Kota Semarang..... | 51 |
| F. Kebiasaan <i>Driver</i> Transportasi <i>Online</i> Kota Semarang..... | 53 |
| BAB IV MOTIF PEMILIHAN PROFESI SEBAGAI DRIVER TRANSPORTASI ONLINE | 55 |
| A. Motif Ekonomi..... | 55 |
| B. Motif Interaksi Sosial | 56 |
| C. Motif Pengembangan Diri | 58 |
| D. Motif Menambah Jejaring Sosial..... | 59 |
| BAB V MOBILISASI DRIVER DAN PENERAPAN APLIKASI TRANSPORTASI ONLINE | 61 |
| A. Mobilisasi <i>Driver</i> Transportasi <i>Online</i> di Kota Semarang dalam Mendapatkan Order Pekerjaan | 61 |
| B. Sistem Kerja Aplikasi <i>Driver</i> Transportasi <i>Online</i> | 63 |

| | |
|--|-----|
| C. Lokasi dan Waktu Ramai Order Transportasi <i>Online</i> | 64 |
| BAB VI PROFIL PROFESIONALISME DRIVER TRANSPORTASI ONLINE | 67 |
| A. Profesionalisme <i>Driver</i> dalam Menaati Peraturan..... | 67 |
| 1. Profesionalisme <i>Driver</i> Menaati Hukum dan Peraturan Perundang-Undangan yang Berlaku..... | 67 |
| 2. Profesionalisme <i>Driver</i> Mematuhi Peraturan Lalu-Lintas | 69 |
| 3. Profesionalisme <i>Driver</i> Dilarang Mabuk Atau Menggunakan Narkotika | 71 |
| 4. Profesionalisme <i>Driver</i> Dilarang Mencemarkan Nama Baik Perusahaan atau Konsumen..... | 73 |
| B. Profesionalisme dalam Menjaga Diri..... | 75 |
| 1. Profesionalisme <i>Driver</i> Dilarang Melakukan Perbuatan yang Membahayakan Diri Sendiri atau Konsumen | 75 |
| 2. Profesionalisme <i>Driver</i> Menjaga Kebersihan, Berpakaian Rapi, Bersepatu, Memakai Atribut..... | 77 |
| 3. Profesionalisme <i>Driver</i> Menghindari Konflik Sosial <i>Driver</i> Transportasi <i>Online</i> | 79 |
| C. Profesionalisme <i>Driver</i> dalam Bersikap Baik | 81 |
| 1. Profesionalisme <i>Driver</i> Dilarang Melakukan Perbuatan Asusila, Penganiyaan, Ancaman Kepada Konsumen..... | 81 |
| 2. Profesionalisme <i>Driver</i> Dilarang Meminta Biaya Diluar Tarif yang ditentukan oleh Perusahaan | 84 |
| D. Profesionalisme <i>Driver</i> dalam Melayani Konsumen | 86 |
| 1. Profesionalisme <i>Driver</i> Memberikan Pelayanan Terbaik Kepada Konsumen..... | 86 |
| BAB VII STRATEGI PENGUATAN PROFESIONALISME DRIVER TRANSPORTASI ONLINE | 88 |
| A. Strategi Penguatan Profesionalisme <i>Driver</i> | 88 |
| B. Implikasi Teori dan Analisis..... | 98 |
| BAB VIII PENUTUP | 101 |
| DAFTAR PUSTAKA | 103 |

BAB I

PENDAHULUAN

A. Perkembangan Teknologi dan Perubahan Transportasi

Perkembangan kemajuan teknologi saat ini berlangsung sangat cepat, yang memungkinkan manusia berhubungan dengan manusia lainnya tanpa batas dan sekat (Yunus, 2018). Perkembangan teknologi telah mengatasi permasalahan seperti jarak, waktu, kapasitas dan kecepatan (Dewi, 2011). Perkembangan teknologi ini mempengaruhi semua tatanan kehidupan manusia (Rifaldi, dkk, 2016). Salah satu tatanan yang mengalami perubahan secara signifikan terjadi pada sektor ekonomi, dimana perkembangan teknologi telah membuat masyarakat merubah cara memproduksi, cara mendistribusi dan mengkonsumsi produk baik yang berupa barang maupun yang berupa jasa secara efektif dan efisien (Ariyani dan Nurcahyono, 2018).

Perkembangan teknologi salah satunya ditandai dengan berkembangnya jaringan internet yang meluas dan semakin cepat (Nasution, 2017). Perkembangan teknologi juga didukung oleh kecanggihan *smartphone* yang dapat digunakan oleh lapisan masyarakat dari semua kalangan (Sitorus, 2017). perkembangan teknologi ini memudahkan manusia dalam berinteraksi sosial dengan manusia lainnya yang didukung dengan banyaknya aplikasi media sosial seperti *Facebook*, *Intagram*, *Whatshap*, *Twitter*, dan lain sebagainya (Hendrastomo, dkk, 2016). Berbagai aplikasi yang tersedia di *play store* yang dibuat guna memenuhi kebutuhan masyarakat sangat mudah digunakan, sehingga membuat masyarakat menjadi berketergantungan dengan *smartphone* (Hendrawan, dkk, 2017)

Layanan aplikasi memberikan kemudahan dalam menunjang aktifitas kehidupan manusia (Daeng, dkk, 2017). Teknologi modern yang mencakup aplikasi *mobile* dan *platform* berbasis internet terus mendorong pengembangan ekonomi

berbagi (Grybaitė dan Stankevičienė, 2016; Mittendorf, 2017). Munculnya fenomena ini telah membentuk perspektif sosial, ekonomi dan budaya dalam kehidupan modern (Novikova, 2017). Layanan aplikasi *mobile* dan *platform* berbasis internet salah satunya adalah aplikasi dibidang transportasi (Berlianto, 2017). Teknologi aplikasi Android dan IOS dimanfaatkan untuk pengembangan transportasi umum (Marhayanie, dkk, 2018). Aplikasi membuat transformasi dari transportasi konvensional menjadi transportasi *online* (Nugroho, dkk, 2016). Transportasi *online* yang berkembang di Indonesia meliputi Go-Jek dan Grab (Ali, dkk, 2019).

Transportasi *online* memudahkan konsumen dalam menggunakannya (Yuliyani, 2019). Konsumen dengan hanya melalui handphone, dengan mudah dapat memesan berbagai macam layanan (Halim dan Nurbaiti, 2018). Transportasi *online* menawarkan kemudahan (Silalahi, dkk, 2017). Biaya yang lebih murah, layanan yang bervariasi dan keamanan yang lebih terjamin (Wahyusetyawati, 2017). Konsumen dapat memilih pembayaran layanan dengan uang tunai atau dengan uang elektronik (Ferdiana dan Darma, S2019). Konsumen lebih menyukai *platform* online (Farrell dan Hamoudi, 2018). Menurut Alamsyah dan Rachmadiansyah (2018) layanan yang diberikan transportasi *online* memberikan kemudahan, kenyamanan, transparansi dan harga yang terjangkau, (Ghozali dan Khalishah, 2016). Transportasi *online* saat ini diandalkan oleh masyarakat Indonesia (Rosa dan Widad, 2017).

Kehadiran transportasi *online* telah mengundang banyak pro dan kontra dimasyarakat (Soleh, dkk, 2018). Transportasi *online* hingga saat ini menimbulkan banyak perdebatan diberbagai kalangan (Ayu, 2019). Konsumen memberikan sambutan yang antusias dengan adanya transportasi *online* (Ulfa, 2018). Antusiasme juga datang dari masyarakat yang belum mendapatkan pekerjaan (Simbolon, 2019), dan kelompok pekerja yang memanfaatkan menjadi *driver* transportasi *online* untuk mencari tambahan pendapatan (Andrianus dan Yunekha, 2019). Saat ini profesi *driver* transportasi *online*

merupakan salah satu pekerjaan yang paling diminati (Anindhita, dkk, 2016). Hubungan antara perusahaan perusahaan *online* dengan *driver* adalah perjanjian mitra, sehingga sistem kerja yang fleksibel (Nola, 2018).

Perusahaan transportasi *online* menyediakan aplikasi dan standar operasional prosedur sedangkan *driver* menyiapkan kendaraan bermotor (Sutrisno, 2018). *Driver* akan mendapatkan perlengkapan dari perusahaan berupa helm dan jaket berlogo perusahaan dengan harga yang dapat dicicil (Pranoto, 2017). Pembagian penghasilan dari setiap upah layanan adalah sebesar 80% untuk *driver* dan sebesar 20% untuk perusahaan (Manueke, dkk, 2018). Pendapatan yang diperoleh *driver* transportasi *online* rata-rata perbulan lebih tinggi dari upah minimal kota (Geneo, 2018). Menjadi *driver* transportasi online dianggap lebih bergensi daripada menjadi tukang ojek pangkalan (Anindhita, dkk, 2016).

Driver yang bergabung dengan transportasi *online* biasanya membentuk komunitas secara langsung ataupun melalui platfom media sosial seperti whatshap dan twitter (Maylya, dkk, 2018). Komunitas *driver* terjalin erat karena adanya kesamaan identitas (Natadjaja, dkk, 2016). Mereka akan saling menyapa jika bertemu di jalan. Konflik antara *driver* transportasi *online* dengan transportasi konvensional menjadikan komunitas *driver* transportasi *online* semakin kompak (Junior, dkk, 2017). Komunitas *driver* transportasi online diharapkan dapat menjadi solusi untuk membantu *driver* yang sedang bermasalah (Kuncoro, 2018). Meskipun terdapat banyak resiko sebagai *driver* transportasi online, jumlah pendaftar untuk menjadi *driver* transportasi online sangat banyak (Affan, 2019).

Perusahaan transportasi *online* memiliki mekanisme untuk mengatur *driver* yaitu dengan memberikan insentif dan sanksi kepada mitra *driver* (Putra, 2019). Insentif diberikan kepada *driver* dengan kinerja yang baik. Insentif yang diberikan perusahaan berupa bonus dan memberikan prioritas kepada akun aplikasi *driver* (Walfi, 2019). Sanksi yang diberikan kepada

driver mulai dari *suspend* 30 menit, menjadikan akun *driver* menjadi akun yang tidak diprioritaskan dan pemutusan mitra bagi *driver* yang terbukti melanggar peraturan berat seperti jual beli akun (Mutmainnah, 2019), pelecehan seksual (Djunaidi, 2017), menggunakan aplikasi *fake* yang merugikan perusahaan dan pelanggaran berat lainnya (Santoso, 2018).

B. Permasalahan yang Dihadapi *Driver* Transportasi *Online*

Salah satu kota tempat beroperasi transportasi *online* adalah Kota Semarang (Pranata, 2017). Kota yang memiliki berbagai fasilitas sarana dan prasarana yang cukup lengkap (Soesilowati, 2008). Terdapat beberapa perusahaan transportasi *online* di Kota Semarang diantaranya adalah Go-Jek dan Grab (Noviansyah dan Soesanto, 2018). Transportasi *online* menjadi salah satu transportasi yang paling digemari oleh masyarakat Kota Semarang (Adi dan Suryawardana, 2019). Kegemaran masyarakat terhadap transportasi *online* terlihat dari pertumbuhan jumlah konsumen yang bertambah semakin banyak (Erviatin, 2019), apalagi rata-rata dari konsumen menggunakan jasa layanan transportasi *online* berkali-kali yang menunjukkan adanya kepuasan pada konsumen (Farida, dkk, 2016). Kuswanto, dkk. (2019) menyatakan layanan transportasi *online* memberikan kepuasan terhadap konsumen.

Menurut Wahyuningtyas (2016) kehadiran transportasi *online* mengancam transportasi konvensional yang sudah ada sebelumnya. Darmadi (2016) menjelaskan persaingan antara *driver* transportasi *online* dengan transportasi konvensional tidak dapat dihindari. Konflik antara *driver* transportasi *online* dengan transportasi konvensional pernah terjadi di Kota Semarang (Putri dan Diamantina, 2019). *Okezone.com* memberitakan pada hari Rabu 22 Maret 2017 pukul 15.00 terjadi konflik fisik antara *driver* transportasi *online* dengan tukang ojek pangkalan di Stasiun Poncol Semarang. Penyebab terjadinya konflik karena *driver* transportasi *online* dianggap telah mengambil penumpang di area Stasiun Poncol yang menjadi wilayah ojek pangkalan. Peristiwa konflik fisik

tersebut dapat diselesaikan dengan mediasi oleh pihak kepolisian di Kantor Polsek Semarang Utara.

Konflik fisik antara *driver* transportasi *online* dengan transportasi konvensional kembali terjadi seperti yang diberitakan oleh *radarsemarang.com* pada tanggal 27 September 2017 di depan SMK PIKA jalan Imam bonjol atau sebelah timur Stasiun Poncol. Peristiwa konflik fisik yang terjadi disebabkan karena kecemburuan dari transportasi konvensional yang dirazia oleh petugas karena berhenti ditempat yang dilarang parkir sementara transportasi *online* yang berjarak sekitar 100 meter tidak dirazia petugas. Kecemburuan itu menyebabkan puluhan tukang ojek pangkalan mendatangi *driver* transportasi *online* yang sedang menunggu penumpang, sehingga menyebabkan terjadinya konflik fisik. Beruntung kasus ini dapat diselesaikan oleh Polrestabes Kota Semarang. Menurut Romadhon, dkk (2018) konflik dengan transportasi konvensional menjadi salah satu penyebab utama timbulnya stres dikalangan *driver* transportasi *online*.

Berdasarkan sudut pandang filsafat, maka secara ontologis seharusnya antara *driver* transportasi *online* dengan tukang ojek pangkalan dapat duduk bersama menjemput rejek (Rambe, 2018). Secara epistemologi dilapangan kenyataannya berbeda, tukang ojek pangkalan dengan *driver* transportasi *online* sering terjadi konflik (Hermawan, 2019). Secara aksiologis tukang ojek pangkalan berusaha mempertahankan daerah kekuasaannya dari *driver* transportasi *online* (Dian, 2018), sementara *driver* transportasi *online* secara aksiologis berusaha mendapatkan order sebanyak-banyaknya agar mendapatkan bonus yang dapat meningkatkan pendapatnya. Transportasi *online* merupakan tesa akibat dari kemajuan teknologi sedangkan transportasi konvensional adalah anti tesa yang berusaha menentang kehadiran transportasi *online* yang dianggap mengancam mata pencahariannya. Sintesanya adalah kesepakatan antara kedua pihak untuk membuat aturan zonasi larangan transportasi *online* membawa konsumen disuatu wilayah (Gadamer, 1961).

Selain beresiko terjadi gesekan dengan transportasi konvensional, *driver* transportasi *online* juga harus berhati-hati terhadap modus penipuan (Jannah, 2018). Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh peneliti pada tanggal 12 Januari 2019 terdapat *driver* yang mendapatkan telpon yang mengaku dari kantor Go-Jek atau Grab dengan bermaksud menipu. *Driver* transportasi *online* yang memanfaatkan metode pembayaran *Go-Pay* untuk Go-Jek dan Vivo untuk Grab dapat dimanfaatkan oleh penipu yang telah memperoleh data nomor telepon *driver* untuk menipu *driver* dengan cara menguras saldo *driver*. Biasanya pelaku penipuan akan menelpon target *driver* mengatasnamakan dari petugas perusahaan transportasi *online*. Pelaku penipuan meminta *driver* untuk membuka sms resmi dari transportasi *online* yang berisi sandi *Go-Pay* atau Vivo, jika *driver* mau membacakan isi sms yang berisi sandi, maka pelaku penipuan akan menggunakannya untuk menguras saldo korban.

Persaingan antar sesama *driver* semakin ketat, sehingga tidak sedikit *driver* melakukan kecurangan untuk mendapatkan order, dengan membuat aplikasi GPS palsu dan order fiktif (Giawa dan Situmorang, 2019). Seperti yang diberitakan oleh *kompas.com* Ditreskrim Polda Metro Jaya pada tanggal 1 Februari 2018 berhasil mengungkap aplikasi "tuyul" dan menangkap pelaku, dengan menggunakan aplikasi "tuyul". *Driver* transportasi *online* seakan-akan melayani orderan, padahal *driver* sama sekali tidak bekerja. Perusahaan transportasi *online* harus membayar bonus meskipun *driver* tidak bekerja. Order fiktif yang dilakukan oleh *driver* tentu saja merugikan perusahaan transportasi *online* dan merugikan *driver* lain yang jujur dalam bekerja (Sakti, 2019).

Perusahaan transportasi *online* telah membuat peraturan kode etik *driver*, salah satunya harus menaati peraturan lalu lintas (Rachman, 2018). Berdasarkan observasi peneliti pada tanggal 19 Agustus 2019 di sekitar lampu merah Jalan Gajah Raya dekat Majid Agung Jawa Tengah peneliti melihat salah satu *driver* melanggar lalu lintas dengan menerobos lampu

merah. Menurut Sari (2018) pelanggaran lalu lintas yang dilakukan oleh *driver* transportasi online seringkali menyebabkan terjadinya kecelakaan. Pelanggaran yang sering dilakukan oleh *driver* transportasi *online* adalah menggunakan *handphone* saat berkendara, terutama ketika mendapatkan orderan dan melihat GPS untuk mencari lokasi penjemputan (Hali dan Nurbaiti, 2018). Menurut (Chin dan Huang, 2009) permasalahan kelelahan, penurunan tingkat konsentrasi dan pelanggaran lalu lintas akan sangat berbahaya untuk *driver*, konsumen maupun pengguna jalan lainnya, karena beresiko terjadi kecelakaan lalu lintas.

Berdasarkan deskripsi pada latar belakang bahwa terlihat *fonomena gap*. Teknologi aplikasi transportasi *online* disatu sisi memberikan manfaat untuk kemudahan manusia dalam bertransportasi, membuka lapangan pekerjaan dan meningkatkan pertumbuhan ekonomi (Syafariansyah, 2019). Teknologi aplikasi transportasi *online* disisi lain memberikan dampak yang negatif, seperti munculnya konflik antara transportasi *online* dengan transportasi konvensional, resiko penipuan dan praktik kecurangan yang dilakukan oleh oknum *driver* untuk mendapatkan keuntungan yang melanggar aturan (Subagyo, dkk, 2019). Inovasi teknologi dibidang aplikasi transportasi *online* telah mempunyai peranan dalam perubahan sosial, seperti yang dijelaskan dalam teori perubahan sosial Harper (1989) yang mengungkapkan bahwa inovasi dan kreatifitas merupakan bagian terpenting dari lahirnya perubahan sosial.

Teory perubahan sosial Harper (1989) didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Ngafifi (2014) menyatakan kemajuan teknologi bagaikan dua sisi mata uang, dimana disatu sisi kemajuan teknologi memberikan banyak manfaat positif untuk mempermudah manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Akan tetapi disisi yang lain kemajuan teknologi mempunyai dampak negatif, yang terkadang menimbulkan permasalahan kompleks melebihi manfaat dari teknologi itu sendiri, terutama terkait pola hidup

manusia dalam dimensi sosial budaya, sementara hasil penelitian dari Junior (2017) mengungkapkan bahwa salah satu hadirnya Gojek yang merupakan bagian dari transportasi *online* telah melahirkan konflik baik antar *driver*, antara *driver* dengan transportasi konvensional, antara *driver* dengan konsumen maupun konflik antara *driver* dengan perusahaan.

Berdasarkan fenomena tentang driver transportasi online menarik untuk diteliti. Beberapa hasil penelitian terdahulu yang memiliki tema yang sama tentang profesionalisme *driver* transportasi *online* namun hasil penelitian menunjukkan beberapa perbedaan sehingga menjadi *research gap*. Perbedaan hasil penelitian terdahulu memberikan kesempatan bagi peneliti untuk mengkaji lebih mendalam. Peneliti ingin menguji teori yang berkaitan dengan tema penelitian, sehingga peneliti merasa penting membahas mengenai penguatan profesionalisme *driver* transportasi *online* di Kota Semarang.

Cakupan dalam buku ini adalah profil *driver* transportasi *online*, motif memilih profesi *driver* transportasi *online*, dampak penghargaan dan sanksi terhadap kinerja *driver* transportasi *online* dan penguatan profesionalisme *driver* transportasi *online*. Data *driver* akan dianalisis mengenai latar belakang *driver* transportasi *online* berdasarkan latar belakang tingkat pendidikan, latar belakang ekonomi, latar belakang gender dan latar belakang sosial. Motif memilih profesi *driver* transportasi *online* akan dianalisis berdasarkan alasan ekonomi dan alasan sosial. Tahap selanjutnya akan menganalisis penerapan sistem aplikasi transportasi *online* dan mobilisasi *driver* transportasi *online* dan pada tahap akhir ingin menemukan strategi penguatan profesionalisme driver transportasi online khususnya di Kota Semarang.

Adapun tujuan dari buku ini adalah untuk: 1) Mengetahui dan menganalisis profil sosial budaya *driver* transportasi *online* di Kota Semarang. 2) Menganalisis dan menemukan motif pemilihan profesi sebagai *driver* transportasi *online* di Kota Semarang. 3) Menganalisis bagaimana mobilisasi *driver* dalam pengaplikasian sistem transportasi *online* di Kota

Semarang. 4) Bagaimana profil profesionalisme *driver* transportasi *online* di Kota Semarang. 5) Menemukan strategi penguatan eksistensi *driver* transportasi *online* di Kota Semarang.

Dalam buku ini akan dikaji model penguatan profesionalisme *driver* transportasi *online*, dengan menggunakan analisis teori perubahan sosial Charles L Harper, teori tindakan sosial Max Weber, teori struktur fungsional Talcot Parson dan teori fungsi dan disfungsi Robert K Merton dengan fenomena eksistensi *driver* transportasi *online* di Kota Semarang. Buku ini diharapkan dapat dijadikan sebagai basis teori pendidikan ilmu pengetahuan sosial khususnya teori perubahan sosial, tindakan sosial, struktur sosial dan eksistensi sosial. Bukan tidak mungkin temuan dari buku ini juga dapat mendekonstruksikan atau memberikan varian baru pada teori-teori sebelumnya.

BAB II

KONSEP STRATEGI, PENGUATAN, DAN PROFESIONALISME PADA TRANSPORTASI *ONLINE*

A. Strategi

Pada awalnya strategi didefinisikan sebagai cara untuk mencapai tujuan (Ismail, 2009). Definisi strategi berkembang seperti yang dijelaskan oleh Chandler (1990) yang menyatakan strategi adalah alat untuk mencapai tujuan yang berkaitan dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, serta pemanfaatan sumber daya. Lebih lanjut Jauch & Glueck (1999) yang menyatakan bahwa strategi adalah rencana yang disusun secara matang dengan menggabungkan antara keunggulan dan tantangan lingkungan untuk memastikan tujuan dapat tercapai. Sementara Akmal dan Lubis (2018) menyatakan strategi merupakan pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan tentang, perencanaan dan pelaksanaan sebuah gagasan dalam waktu tertentu. Porter, M. E. (2007) menjelaskan bahwa strategi merupakan alat yang sangat penting untuk mencapai tujuan yang diharapkan.

Dari beberapa definisi tentang strategi dapat disimpulkan bahwa strategi merupakan sebuah cara yang berupa rencana dan pelaksanaan dengan memanfaatkan keunggulan sumber daya untuk mencapai tujuan. Strategi dalam penelitian ini adalah untuk menemukan cara yang efektif dan efisien untuk menguatkan profesionalisme *driver* transportasi *online* di Kota Semarang.

B. Penguatan (*reinforcement*)

Definisi penguatan (*reinforcement*) menurut Catania dan Harnad (1988) adalah memberikan respon positif kepada individu secara konstan atau secara terus menerus. Kemudian tidak jauh berbeda dengan definisi tersebut, Mulyasa (2010) mendefinisikan penguatan (*reinforcement*) merupakan respon terhadap suatu perilaku seseorang yang dapat meningkatkan

kemungkinan terulangnya kembali perilaku tersebut. Lebih lanjut definisi tersebut diperkuat oleh Alwisol, (2004) berpendapat bahwa penguatan (*reinforcement*) merupakan suatu strategi yang membuat perilaku tertentu berpeluang terjadi atau tidak terjadi lagi pada masa yang akan datang. Selanjutnya Fitriani, dkk (2014) berpendapat bahwa penguatan (*reinforcement*) merupakan respon positif kepada individu yang berperilaku baik.

Menurut Miltenberger (2011) berpendapat pemberian penguatan (*reinforcement*) adalah agar seseorang mau melakukan atau tidak melakukan sesuatu. Pendapat tersebut diperkuat oleh pendapat Wibowo, A. (2015) yang menyatakan pemberian penguatan (*reinforcement*) secara tepat akan membentuk sikap dan perilaku yang positif bagi individu terulang kembali. Selanjutnya Wahyuni, dkk (2014) berpendapat bahwa penguatan (*reinforcement*) merupakan tanda persetujuan terhadap tingkah laku yang dilakukan oleh individu, penguatan dalam bentuk kata-kata membenarkan, pujian, senyuman, anggukan, dan sebagainya.

Marno dan Idris (2010) berpendapat bahwa pemberian penguatan (*reinforcement*) apabila dilakukan dengan cara yang tepat dapat efektif untuk mencapai tujuan yang diharapkan. Pendapat tersebut diperkuat oleh Isnada (2015) yang berpendapat bahwa penguatan (*reinforcement*) salah satu metode yang dapat mendorong individu lebih giat dan lebih semangat untuk mendapatkan hasil yang lebih baik. Sejalan dengan pendapat tersebut Indayani, dkk (2014) berpendapat penguatan positif merupakan pembentukan suatu pola tingkah laku dengan memberikan penghargaan atau penguatan ketika individu melakukan tingkah laku yang diharapkan. Lebih lanjut Wagiran, dkk (2014) berpendapat salah satu penguatan yang mendesak untuk diberikan kepada individu adalah penguatan *soft skill*.

Dari berbagai penjelasan definisi penguatan (*reinforcement*) diatas dapat disimpulkan bawa penguatan (*reinforcement*) adalah respon positif kepada individu dalam hal ini

adalah *driver* transportasi *online* agar berperilaku sesuai yang diharapkan dengan memberikan penghargaan berupa insentif, bonus atau penghargaan lainnya. Respon positif kepada tingkah laku *driver* transportasi *online* diharapkan agar *driver* dapat mengulangi tingkah laku positif secara terus menerus. Penguatan perlu dilakukan secara terus menerus (*konstan*) agar *driver* lebih giat atau semangat dalam bekerja atau melakukan tingkah laku yang baik.

Menurut Usman (2010) Penguatan (*reinforcement*) terdiri dari dua jenis yaitu penguatan verbal dan penguatan non verbal. Penguatan verbal dapat dilakukan dengan menggunakan kata-kata, pujian, penghargaan, bonus, insentif dan sebagainya (Zamzami, 2015). Penguatan nonverbal dapat berupa gerak isyarat (Yunanik, 2019), sentuhan, kegiatan yang menyenangkan, dan simbol bintang atau berlian pada aplikasi transportasi *online*. Cara menggunakan penguatan (*Reinforcement*) menurut Usman (2010) dapat berupa penguatan kepada pribadi tertentu, karena penguatan harus jelas kepada siapa ditujukan sebab bila tidak, akan kurang efektif. Cara menggunakan penguatan dapat juga berupa penguatan kepada kelompok.

Penguatan (*reinforcement*) seharusnya diberikan segera setelah muncul tingkah laku atau respons positif dari *driver* transportasi *online* yang diharapkan oleh perusahaan. Pemberian variasi dalam penggunaan, jenis atau macam penguatan yang digunakan oleh perusahaan transportasi *online* hendaknya bervariasi, tidak terbatas pada satu jenis saja karena hal ini akan menimbulkan kebosanan dan lama kelamaan kurang efektif.

C. *Profesionalisme*

Lekatompessy (2003) berpendapat berpendapat yang dimaksud dengan Profesionalisme adalah sikap atau seseorang dalam melakukan profesi. Lebih lanjut Agusti dan Pertiwi (2013) berpendapat profesionalisme merupakan sikap yang bertanggungjawab terhadap apa yang telah ditugaskan

kepadanya berdasarkan pengabdian pada profesinya. Pendapat ini diperkuat oleh Kuniawati, (2019) yang berpendapat bahwa profesionalisme merupakan keahlian, kemandirian, tanggung jawab terhadap pekerjaannya. Pendapat tersebut berbeda dengan pendapat Hudiwinarsih (2011) yang menyatakan bahwa profesionalisme adalah sikap seseorang yang bekerja profesional terlepas dari apapun profesinya. Pendapat tersebut didukung oleh Sagara (2013) yang berpendapat bahwa profesionalisme tidak dapat dikaitkan dari profesi seseorang karena seseorang dengan profesi tertentu belum tentu profesional.

Pendapat mengenai definisi profesionalisme diatas dapat disimpulkan bahwa profesionalisme adalah sikap seseorang yang memiliki keahlian, kemandirian dan bertanggung jawab terhadap pekerjaannya. Apabila dikaitkan dalam penelitian ini maka *driver* yang profesional adalah *driver* yang memiliki sikap, keahlian, kemandirian dan tanggung jawab dalam menjalankan pekerjaannya sebagai *driver* transportasi *online*. Penelitian ini menggunakan lima dimensi profesionalisme berdasarkan Hall (1968) yaitu pengabdian pada profesi, kewajiban sosial, kemandirian, keyakinan terhadap profesi, dan hubungan dengan rekan seprofesi.

D. *Driver* Transportasi *Online*

Tobing (2017) berpendapat yang dimaksud dengan *driver* adalah mitra perusahaan transportasi *online* yang secara hukum memiliki kedudukan horizontal. *Driver* akan menggunakan berbagai peralatan seperti sepeda motor, aplikasi, dan simbol identitas sebagai penanda (Sutrisno, 2018). Menurut Rodriguez (2013) *driver* adalah pihak yang berinteraksi langsung dengan customer. *Driver* sebagai aktor utama industri transportasi *online* berasal dari masyarakat yang menjalin kerjasama mitra dengan perusahaan (Prayogo dan Kaspurrahman, 2016). *Driver* menyiapkan kendaraan bermotor sedangkan perusahaan memiliki aplikasi dan prosedur (Abidin, 2018). Pekerjaan *driver*

transportasi online dianggap lebih bergengsi daripada menjadi *driver* konvensional (Peters, 2018).

Latar belakang, motivasi dan kinerja *driver* sangat mempengaruhi kelangsungan industri transportasi *online* (Pangestu, 2019). Sementara menurut (Qian, 2014) *driver* merupakan alternatif pekerjaan bagi masyarakat perkotaan yang terpinggirkan, untuk mengantarkan masyarakat lain untuk berpergian ketempat yang tidak dapat dijangkau oleh taksi maupun kendaraan umum lainnya. Seperti yang disampaikan menurut Ratanawaraha dan Chalermpong (2015) *driver* memiliki kemampuan yang lebih fleksibel menuju tempat yang sulit dilalui oleh transportasi lainnya. Sutrisno, dkk (2019) dalam penelitiannya mayoritas usia *driver* transportasi *online* adalah golongan dewasa awal. Kamim, dkk (2019) menjelaskan angkatan kerja muda banyak memilih menjadi *driver* transportasi online karena lowongan pekerjaan lain yang terbatas.

Transportasi *online* memberikan keuntungan yang cukup menjanjikan bagi *driver* (Wibisono, dkk, 2018). Mendorong masyarakat dari beragam kalangan untuk mendaftar sebagai *driver* transportasi *online* (Rahman, 2019). Ribuan orang rela mengantri untuk menjadi *driver* transportasi *online* karena fleksibilitas dan keuntungan yang mungkin diperoleh (Pribadiono, 2016). Fakhriyah, (2020) menjelaskan banyak yang menjadikan profesi *driver* sebagai pekerjaan sampingannya. Saputra, dkk (2019) menjelaskan upah sebagai *driver* yang tinggi menyebabkan beberapa orang rela keluar dari pekerjaan lamanya.

Giri, dan Dewi, (2017) latar belakang *driver* transportasi *online* bukan hanya dari tukang ojek pangkalan saja akan tetapi banyak yang berasal dari karyawan, mahasiswa bahkan ibu rumah tangga. Putra dan Himam (2018) mengatakan bahwa makna kepuasan kerja pengemudi *driver* transportasi *online* terdiri atas kebebasan, ketercukupan, dan keharmonian. Penelitian Giri dan Dewi (2017) menunjukkan mayoritas *driver* transportasi *online* berpendidikan SMA/SMK atau sederajat.

Jumlah terbanyak pendidikan *driver* selanjutnya adalah diploma dan sarjana (Mangifera dan Isa, 2017). Menurut Pradana (2019) Rata-rata lama seseorang menjadi *driver* transportasi *online* di Kota Semarang adalah selama satu tahun.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Fillaili (2019) menyatakan terdapat kasus *driver* transportasi online menggunakan kendaraan yang berbeda dengan yang telah tercantum di aplikasi. Mobil atau sepeda motor yang digunakan untuk mengangkut penumpang memiliki plat nomor yang berbeda dengan plat nomor yang telah tercantum di aplikasi (Tarihoran, 2020). Selain itu terdapat *driver* transportasi online yang identitasnya berbeda dengan di aplikasi, dalam hal ini *driver* tersebut menggantikan orang lain untuk mengambil penumpang (Susanti dan Shoimah, 2019).

Berbagai aktor dalam transportasi *online* saling berkaitan dalam kelangsungan proses bisnis transportasi *online* (Sumiarsih, 2019). Salah satu aktor penting dalam bisnis transportasi *online* adalah *driver* (Angraini, 2018). Junior (2017) menjelaskan *driver* saling berinteraksi sosial, baik secara individu atau didalam kelompoknya. Menurut Rahman (2018) tingginya beban kerja *driver* mulai mengendarai kendaraan bermotor, mencari alamat, membawa barang pesanan, berpacu dengan waktu, menghadapi kemacetan dan ketatnya aturan perusahaan bukan tidak mungkin dapat memicu *human error* sebagai penyebab terjadinya kecelakaan. Dina dan Nio (2019) menjelaskan adanya tuntutan harus melayani konsumen dengan baik, mengejar poin dan agar mendapatkan bintang lima, *driver* transportasi *online* harus siap menjalani hambatan dan kesulitan, jika tidak mampu ditangani dengan baik bisa menyebabkan stres dalam pekerjaan.

Driver merupakan informan utama di dalam penelitian ini, melalui indikator dalam penentuan informan dirumuskan dalam beberapa kriteria yakni status *driver* transportasi *online* sebagai pekerjaan utama dan pekerjaan sampingan (Ulum, 2018), *driver* dengan usia golongan tua dan muda (Hertisca, 2019), serta latar belakang pekerjaan *driver* transportasi *online*

sebelumnya atau pekerjaan pertama kali bekerja sebagai *driver* transportasi *online* (Syafariansyah, 2019). Kategori *driver* transportasi *online* tidak dibedakan baik laki-laki dan perempuan karena dalam skala mata pencaharian tidak ada perbedaan laki-laki dan perempuan (Arofah, 2019). Selain itu *driver* transportasi *online* yang menjadi informan adalah *driver* yang bekerja di wilayah Kota Semarang.

E. Transportasi Online

Transportasi menurut Irfan (2013) adalah kendaraan yang digerakkan oleh manusia atau mesin untuk pemindahan manusia atau barang dari satu tempat ke tempat lainnya. Menurut Aminah (2009) transportasi merupakan salah satu komponen utama yang sangat penting dalam segala aktivitas manusia. Sejalan dengan pendapat tersebut Wardani (2018) berpendapat transportasi merupakan kebutuhan penting bagi kehidupan manusia terutama dalam melakukan mobilitas. Lebih lanjut Rozaq (2019) menjelaskan bahwa transportasi merupakan sarana yang penting dalam menunjang keberhasilan pembangunan terutama dalam mendukung kegiatan perekonomian. Syarif (2018) mengatakan semakin berkembang sarana transportasi maka semakin memudahkan manusia dalam mobilitas dari suatu tempat ketempat lainnya. Mobilitas manusia ini diikuti juga oleh mobilitas barang yang dibawa oleh mereka (Ritonga, 2019).

Pada saat ini dimana mobilitas manusia dan barang sangat tinggi, dan terjadi bukan hanya didalam satu wilayah tetapi juga antar pulau dan bahkan antar Negara (Cahyono, 2018). Mobilisasi merupakan suatu hal yang penting bagi masyarakat dimanapun (Halim dan Erlinawati, 2017). Sarana transportasi menurut Setiawan dan Septiani (2018) memegang peranan yang sangat penting bagi kehidupan manusia. Daerah perkotaan, mobilitas sangat penting (Benevolo, dkk, 2016) dan mendorong kebutuhan publik transportasi (Utari dan Sharif, 2016). Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi dan

industri, transportasi berubah menjadi salah satu aspek yang paling dibutuhkan manusia (Harahap, dkk, 2019).

Perkembangan transportasi disetiap negara di dunia tentulah berbeda-beda, mengikuti kemajuan teknologi di negara tersebut (Halim dan Nurbaiti, 2018). Menurut (Brieger, 2004) keberadaan transportasi disuatu negara dapat membantu roda pergerakan perekonomian, baik di negara maju maupun di negara berkembang. Perdana (2018) menjelaskan transportasi berperan vital dalam membantu penyaluran barang dan jasa dimana segala sesuatu harus cepat dan juga tepat sasaran. Tingginya tingkat kemacetan di perkotaan (Li, dkk, 2011) dan meningkatnya polusi udara menjadi alasan utama masyarakat enggan keluar rumah atau kantor (Wijayanto, 2009). Padahal mereka harus cepat memenuhi kebutuhan, seperti mengkonsumsi makanan, mengirim barang, atau membeli barang (Perdana, 2018). Konsumen mencari cara praktis untuk mendapatkan barang yang dibutuhkan tanpa harus keluar rumah atau kantor, yaitu dengan menggunakan jasa transportasi *online* (Putra dan Ariana, 2016).

Pada saat ini masyarakat Indonesia sudah mengenal alat komunikasi yang sangat maju dan canggih seperti telepon pintar atau *smartphone* (Pribadi, 2015). Apalagi setelah dikenal internet (Hadi, 2016). Adanya jaringan internet ini tentunya komunikasi semakin mudah dan cepat, sehingga memudahkan berjalannya kehidupan masyarakat (Juraman, 2014). Perkembangan teknologi yang semakin canggih telah memasuki dunia transportasi di Indonesia (Prasojo, 2013). Indonesia mengalami transformasi dalam hal transportasi *online* (Wahyuni, 2017). Hal ini terlihat dari bermunculannya perusahaan transportasi *online* di Indonesia termasuk di Kota Semarang (Loka, dkk, 2019). Layanan transportasi *online* telah berdampak signifikan pada transportasi umum dibanyak negara (Lee, 2017). Sebagaimana disampaikan Agatz, et al (2012) sistem transportasi *online* dinamis baru memiliki potensi untuk memberikan manfaat sosial dan lingkungan yang signifikan.

Layanan transportasi *online* memberikan jawaban akan kemudahan mobilisasi seseorang untuk berpindah dari suatu tempat ke tempat lainnya (Mutiarin, dkk, 2019). Jasa transportasi *online* ini disebut juga dengan aplikasi *ride sharing* yang kemunculannya di Indonesia mulai marak pada tahun 2014 (El Akmal, 2017). Pada awal kemunculannya dimulai oleh Gojek, GrabBike, dan aplikasi berbasis *online* lainnya (Arganata, 2018). Watanabe, dkk (2016) menjelaskan bahwa transportasi *online* adalah layanan berdasarkan permintaan yang menghubungkan penumpang dan *driver* secara real time menggunakan teknologi seluler. Transportasi *online* telah mengubah perilaku konsumen, jaringan sosial dan layanan uang elektronik (Puschmann dan Alt, 2016).

Yuliantari (2017) menjelaskan kemudahan memesan transportasi *online* melalui aplikasi dan kecepatan waktu tempuh menjadi faktor utama transportasi *online* diminati oleh masyarakat. Menurut Prasetyo dan Rismayani (2018) golongan muda paling banyak mengakses transportasi *online* karena lebih mudah menyerap perkembangan teknologi. Abdillah, (2019) menjelaskan generasi milenial lebih mudah menggunakan *smartphone* untuk mengakses layanan transportasi *online*. Sebaliknya menurut Wulung dan Satyawan (2019) golongan tua memiliki kecemasan dalam mengakses transportasi *online* karena golongan tua sulit mengoperasikan aplikasi transportasi *online*.

Transportasi *online* seperti Gojek dan Grab menurut (Arisanty, 2016) memberikan penawaran jasa transportasi dengan berbagai kemudahan dalam pemesanan. Inovasi transportasi *online* merupakan penggabungan antara transportasi umum yaitu ojek dengan penggunaan teknologi komunikasi tepat guna yaitu Internet, yang menjadi salah satu alternatif menghindari konsumen dari kemacetan (Putri, dkk, 2018). Selain itu transportasi *online* menurut (Kashyap, 2018) sebagai salah satu bentuk *sharing* ekonomi antara perusahaan dengan mitra yaitu *driver*. Kerjasama kemitraan antara *driver*

dengan perusahaan menerapkan sistem bagi hasil (Sanubari dan Amalia, 2019).

Berdasarkan beberapa pendapat diatas dapat disimpulkan transportasi *online* adalah sebuah industri penyedia aplikasi dibidang transportasi terdiri atas berbagai aktor yang berpengaruh dalam kelangsungan proses bisnis. Industri yang menggunakan model berbasis aplikasi internet ini terdiri atas perusahaan penyedia aplikasi yang memiliki sistem, *driver*, konsumen, berbagai peralatan seperti aplikasi, *smartphone*, sepeda motor, dan berbagai simbol identitas perusahaan (Saputra, dkk, 2018).

Transportasi *online* telah melebarkan sayapnya di beberapa daerah di Indonesia (Azzuhri, dkk, 2018). Ketika pertama kali diperkenalkan di Jakarta transportasi *online* dengan cepat menjadi populer dikalangan masyarakat (Wicaksono, 2019). Berbagai *sharing* pengalaman dari konsumen yang mengatakan bahwa aplikasi transportasi *online* sangat aman dan cepat bagi konsumen (Pratama, 2016). Meskipun terdapat pihak yang kontra dengan adanya transportasi online yang mayoritas dari penyedia aplikasi konvensional (Diniaty, dkk, 2019). Saat ini transportasi *online* telah merambah ke beberapa kota besar di Indonesia (Ramadhanu dan Supriono, 2018). Sejak bulan November 2015 di Kota Semarang transportasi *online* secara resmi mulai beroperasi (Sandewa, 2018). Salah satu perusahaan transportasi *online* adalah Gojek dan Grab yang telah mengalami pertumbuhan jumlah layanan yang cukup banyak di Kota Semarang (Suryono dan Sukresna, 2019).

1. Gojek

Perusahaan Gojek Indonesia didirikan oleh Nadiem Makarim pada tahun 2011 yang merupakan sebuah layanan antar jemput dengan berbasis pesanan (Azizah dan Adawia, 2018). Aplikasi yang disediakan oleh Gojek memungkinkan para konsumen dapat memesan layanan secara *online* (Putri dan Mahendra, 2017). Gojek hadir lebih dulu dan menguasai pasar Indonesia dari pada perusahaan

transportasi *online* sehingga masyarakat telah familiar dengan Gojek (Elvina, 2016). Gojek telah menjadi *market leader* penyedia aplikasi layanan transportasi ojek di Indonesia dengan berbagai layanan yang diberikan (Nur, dkk, 2019). Saat ini yang paling terkenal dari Gojek adalah go-ride dan go-food, padahal gojek telah memiliki hingga berbagai layanan (Ali, dkk, 2019), antara lain:

- a. *Go-Ride*, merupakan layanan transportasi dengan sepeda motor (Choirul Marati, 2016). Konsumen yang membutuhkan layanan antar dapat memesan melalui aplikasi (Pratama dan Suradi, 2016). *Driver* akan menjemput konsumen dilokasi pemesanan (Amajida, 2016), dan mengantarkan konsumen sesuai dengan tujuan (Suyarti dan Aprilianto, 2019).
- b. *Go-Food*, merupakan layanan pesan antar makanan (Fahri, 2017). Konsumen tinggal memilih menu makanan yang bekerjasama dengan gojek (Pratama dan Suradi, 2016), dan nantinya *driver* akan memesan dan membeli makanan serta mengirimkan makanan ketempat konsumen (Yunus, dkk,2018).
- c. *Go-Send*, merupakan layanan jasa pengiriman yang dapat digunakan untuk mengantarkan surat dan barang (Islamikov, 2018). Konsumen memesan melalui aplikasi, *driver* datang mengambil surat atau barang untuk dikirimkan ketempat yang dituju dengan cepat dan selamat (Sabrie dan Ratih, 2018).
- d. *Go-Car*, merupakan layanan transportasi dengan menggunakan kendaraan mobil (Poluan, dkk, 2019). Konsumen memesanya melalui aplikasi, *driver* akan datang ke tempat pemesanan dan mengantarkan sesuai dengan tujuan (Handayani dan Ilyas, 2019).
- e. *Go-Mart*, merupakan layanan yang memerintahkan driver untuk berbelanja/memesan barang dari berbagai macam toko untuk mempermudah konsumen dalam mencari dan membeli barang (Komarudin, 2019).

- f. *Go-Box*, merupakan layanan dalam pindah/memindahkan barang dalam ukuran besar dengan menggunakan mobil box tertutup (Hartati, 2017).
- g. *Go-Pay*, merupakan merupakan layanan saldo virtual untuk membantu konsumen transportasi *online* (Suarniki dan Wijayanti, 2019). *Go-Pay* dapat digunakan untuk melakukan pembayaran pada berbagai layanan yang tersedia di Gojek (Utami, 2019). *Go-Pay* dapat mendorong konsumen menggunakan layanan Gojek (Hanifa, dkk, 2019). Biasanya perusahaan memberikan diskon khusus bagi konsumen yang memilih pembayaran dengan *Go-Pay* (Indah dan Agustin, 2019). Permana, dkk (2020) menjelaskan bahwa layanan pembayaran *Go-Pay* telah banyak digunakan oleh kalangan milenial.
- h. *Go-Med*, merupakan layanan yang memberikan kemudahan bagi konsumen untuk melakukan pembelian dan pemesanan kebutuhan-kebutuhan medis seperti obat-obatan, vitamin dan sebagainya di apotek-apotek yang berlisensi (Nurlaely dan Waluyo, 2019).

Layanan-layanan yang ada di Gojek terus berkembang sesuai dengan kebutuhan konsumen (Prabowo dan Purworini, 2019). Layanan ini diterapkan ke semua kota yang sudah bisa menggunakan layanan Gojek (Perangin-angin, 2018). Layanan Gojek juga diterapkan di Kota Semarang yang merupakan lokasi penelitian penguatan profesionalisme *driver* transportasi *online* (Darmi, 2015).

2. Grab

Perusahaan Grab didirikan oleh Anthony Tan sebagai CEO dan Founder dari Grab (Utomo, 2017). Grab didirikan pada tahun 2012 dan terus tumbuh hingga sekarang ini. Grab adalah sebuah perusahaan asal Singapura yang melayani aplikasi penyedia transportasi dan tersedia di berbagai negara di Asia Tenggara, yaitu

Indonesia, Malaysia, Singapura, Thailand, Vietnam, dan Filipina (Hukmah dan Harfinah, 2018). Saat ini Grab telah beroperasi di berbagai kota besar di Indonesia termasuk di Kota Semarang (Gunawan, 2017). Grab menjelaskan di *website* resminya Grab merupakan suatu perusahaan teknologi yang menyediakan *platform* bagi para pengguna untuk mendapatkan layanan yang diberikan oleh penyedia pihak ketiga. Peran Grab yaitu menghubungkan pengguna dengan penyedia pihak ketiga tersebut (Astari dan Griadhi, 2019). Grab menyatakan tidak bertanggung jawab atas tindakan dan/atau kelalaian dari penyedia pihak ketiga manapun (Giantama, 2018). Setiap kewajiban yang terjadi sehubungan dengan layanan tersebut akan ditanggung oleh penyedia pihak ketiga (Asmadi, 2019). Aplikasi perusahaan Grab dalam penggunaannya dijalankan dengan GPS sebagai alat bantu petunjuk map atau peta lokasi (Isman, dkk, 2018). Grab memiliki warna bernuansa hijau diatribut GRAB, baik dari helm, jaket pengemudi, serta aplikasi (Indriani, dkk, 2019). Grab menawarkan berbagai layanan kepada konsumen (Manurung, 2018). Layanan Grab yang ditawarkan diantaranya adalah :

- a. *GrabBike*, merupakan layanan mengantar konsumen dengan motor (Purbohastuti, 2018). *GrabBike* diharapkan cepat melintasi kemacetan di perkotaan (Ramadhan dan Setyono, 2020). *GrabBike* memberikan keamanan karena *driver* terdaftar dan berlisensi dengan seragam perusahaan yang lengkap serta catatan perjalanan *driver* secara transparan (Wulandari, 2019). Pembayaran *GrabBike* pasti tanpa tawar menawar karena biaya telah terlihat di aplikasi (Ningsih, 2019).
- b. *GrabCar*, merupakan layanan mengantarkan konsumen dengan menggunakan mobil (Salim dan Ihalauw, 2017). Layanan sewa *GrabCar* bisa dipesan langsung melalui aplikasi Grab (Sabrin, dkk, 2020). Tarif *GrabCar* dibuat secara transparan sehingga konsumen dapat mengetahuinya sebelum memutuskan untuk memesan layanan

- (Amalia, 2019). Konsumen *GrabCar* mendapatkan perlindungan asuransi kecelakaan bagi maksimal 6 penumpang dalam 1 kendaraan (Rizkia, 2019).
- c. *GrabFood*, merupakan layanan mengantarkan makanan (Nugraha dan Oktafani, 2019). *GrabFood* bekerjasama dengan restoran pilihan yang berkualitas (Aditya, dkk, 2018). Pesanan pembelian makanan *GrabFood* diantar dengan cepat (Masfufah dan Achiria, 2019). *Driver* mengantarkan makanan *GrabFood* dengan terpercaya dan makanan terjaga (Suhartanto, dkk, 2019).
 - d. *GrabExpress*, merupakan layanan mengantarkan barang baik berupa dokumen ataupun paket (Pandaleke dan Sumarauw, 2019). Konsumen dapat melacak pengiriman barang *GrabExpress* secara langsung melalui aplikasi (Edelia, dkk, 2019). Setiap layanan *GrabExpress* secara otomatis diasuransikan hingga Rp. 10.000.000 (Sunaryo, 2019). Biaya layanan *GrabExpress* kompetitif berdasarkan jarak tempuh (Laiya, 2018).
 - e. *GrabFresh*, merupakan layanan belanja kebutuhan sehari-hari (Dermawan, dkk, 2019). *GrabFresh* memberikan kemudahan bagi konsumen transportasi *online* untuk memesan ke *driver* untuk berbelanja dan dapat diantar ke rumah. *GrabFresh* bekerjasama dengan banyak pilihan toko serta produk.
 - f. Pembayaran OVO, merupakan layanan pembayaran non tunai yang disediakan untuk mempermudah konsumen dalam pembayaran layanan (Wijaya, 2018).

3. Sistem Kerja Transportasi Online

Transportasi *online* merupakan salah satu *startup* yang populer dan sukses di Indonesia (Widhiasthini, 2019). Transportasi *online* sebagai *startup* memiliki sistem kerja yang dapat dinikmati baik oleh *driver* maupun konsumen (Darma, dkk, 2019). Berdasarkan hasil analisis paling tidak ada beberapa sistem yang menjadikan transportasi *online* menjadi berkembang seperti sekarang.

a. Rekrutmen/Seleksi

Transportasi *online* sebagai entitas bisnis berbasis teknologi juga memerlukan beberapa sarana untuk menjalankan bisnisnya (Depari, 2018). Transportasi *online* membutuhkan *driver* sebagai mitra untuk menjalankan aktivitas bisnisnya (Wahid dan Puspita, 2017). Perusahaan transportasi *online* ingin memastikan *driver* memiliki beberapa syarat minimal untuk bisa diajak bekerjasama (Widiyatmoko, 2018). Perusahaan transportasi *online* dari awal melakukan rekrutmen/seleksi terhadap pengemudinya untuk memastikan dan memberikan pemahaman terkait dengan sistem aplikasi yang digunakan oleh *driver* atau konsumen transportasi *online* (Pandiangan, 2018).

Seleksi yang dilakukan oleh perusahaan transportasi *online* hamper sama dengan perusahaan-perusahaan konvensional, yaitu dilakukan secara terbuka melalui manajemen yang khusus mengurus mengenai seleksi (Puspitarini dan Putra, 2019). Menjadi *driver* transportasi *online* tidak banyak persyaratan yang harus dilampirkan (Karina, 2019). Persyaratan utama, calon *driver* transportasi *online* harus menyerahkan Kartu Tanda Penduduk (KTP), Kartu Keluarga (KK), Surat Ijin Mengemudi (SIM C), memiliki kendaraan (dibuktikan dengan STNK) dan memiliki ijazah minimal SMP (Fatkhurohman, dan Usman, 2018).

Perusahaan transportasi *online* ingin memastikan keamanan *driver* dan konsumen (Nadhifa, dkk, 2019). Perusahaan transportasi *online* juga memastikan bahwa data *driver* benar, karena ketika konsumen berhubungan dengan *driver* sebelum bertemu langsung maka foto *driver* akan muncul di layar *Handphone* (Veronica dan Bakhtiar, 2019). Sebagai startup aplikasi yang tumbuh, keamanan dan kepastian menjadi suatu hal yang sangat penting, dimana

keamanan memberikan sisi lebih pada layanan transportasi *online*, yang kurang dijamin oleh ojek konvensional (Darmajaya, 2013). Sudirman, dkk (2018) menjelaskan perusahaan transportasi *online* memberikan rasa keamanan, kenyamanan dan keselamatan bagi pengguna jasa transportasi online dengan memberikan jaminan asuransi kepada para konsumen selama dalam perjalanan menggunakan jasa transportasi *online*.

Setelah validasi data dan persyaratan, calon *driver* dinyatakan diterima dan akan mendapatkan kelengkapan transportasi *online* (Ahmadi, dkk, 2019). Setiap *driver* akan mendapatkan Handphone, Jaket, Helm dan masker (Prananda dan Aidi, 2019). Kelengkapan yang didapat merupakan identitas transportasi *online*, dimana ketika *driver* melakukan pekerjaan melakukan order maka konsumen merasa aman dan jelas bahwa memang transportasi *online* yang mereka pilih (Chandriana dan Rinitami, 2017). Jaket dan helm yang jelas terlihat dan menjadi simbol transportasi *online* (Herawaty, dkk, 2017). Semua kelengkapan yang diberikan perusahaan transportasi *online* kepada *driver* tidak diberikan secara cuma-cuma tetapi dibayar dengan mekanisme cicilan (Miftahurrohmah, 2018) Setelah mendapatkan atribut kelengkapan transportasi *online*, *driver* juga diberi penjelasan tentang bagaimana cara menggunakan sistem aplikasi, standar operasional prosedur, dan beberapa aturan yang harus dijalankan oleh *driver* (Khair dan Halmawati, 2019).

Pertama kali memulai aktivitas sebagai *driver* maka *driver* diminta membuka rekening dan memasukkan deposit yang besarnya bervariasi antara Rp.50.000 hingga Rp.200.000 (Sauqy, 2019). Model untuk membuka rekening dipilih sebagai cara paling efektif dan efisien untuk memasukkan bonus bagi *driver* dan juga memotong 20% setiap transaksi/orderan yang dilakukan. Setelah melakukan berbagai

tahapan dalam proses seleksi maka *driver* transportasi *online* siap bekerja (Tumuwe, dkk, 2018).

b. Sistem Pembayaran (Gaji/Tarif)

Perusahaan transportasi *online* sebagai startup yang baru tumbuh membutuhkan cara pemasaran yang berbeda (Dalem, dkk, 2017). Perhitungan transportasi *online* berdasarkan kilometer, seperti salah satu perusahaan transportasi *online* Go-Jek dimana perkilometer konsumen akan dikenakan biasa sebesar Rp. 2.500 dengan tariff dasar Rp. 8.000 untuk Go-Ride. Go-Food pada awalnya dikenakan tariff dasar Rp15000 (saat ini Rp. 19.000) maksimal 7 km selebihnya membayar sesuai tariff Go-Ride. Sistem pembayaran bisa dipilih oleh konsumen (Nariendra dan Sihombing, 2018).

Transportasi *online* memberikan alternatif pilihan pembayaran melalui cash (uang tunai yang diberikan langsung ke pengemudi) atau dengan non-tunai seperti Go-Pay atau OVO yang uang pembayaran akan langsung masuk ke rekening *driver* (Latief dan Nur, 2019). Flexibilitas pembayaran ini dipilih karena banyak konsumen yang masih senang menggunakan uang tunai. Gojek juga terus mendorong konsumen untuk menggunakan transaksi non tunai (Go-Pay) dengan memberikan fasilitas diskon khusus apabila konsumen menggunakannya (Tony, 2019). Perusahaan transportasi *online* terus mengedukasi konsumen dan mendorongnya untuk memilih menggunakan transaksi non tunai (Nurhalim, 2019).

Sistem pembayaran bagi *driver* menggunakan sistem bagi hasil dimana perusahaan transportasi *online* menetapkan pembagian 20:80 (Zainuddin, 2019). Pembagian 20% untuk perusahaan transportasi *online* dan 80% untuk *driver* (Fahlevi, 2019), sehingga setiap order selesai dari konsumen maka pendapatan sebesar

20% akan dipotong untuk perusahaan (Mahargiono, dan Cahyono, 2017). Jika pembayaran dilakukan secara tunai perusahaan akan memotong 20% dari deposit yang dimasukkan *driver* di bank (Cania, 2018). Selain mendapat pembayaran dari orderan, *driver* juga mendapat bonus dari setiap transaksi berdasarkan poin yang dikumpulkan (Affandi dan Sofiati, 2020). Saat ini bonus tidak sebesar pada awal-awal kemunculan dan sistem/aplikasi yang digunakanpun mengalami banyak perubahan (Kamim dan Khandiq, 2019).

Pada awalnya untuk mendapatkan konsumen ditentukan berdasarkan lokasi, *driver* diberi kemudahan untuk memilih konsumen. Siapa cepat dia dapat, model ini yang dikembangkan pada awal transportasi *online* beroperasi (Yunanto, 2016). Saat ini sistem sudah dirubah dimana ketika konsumen ingin mendapatkan layanan transportasi *online* maka akan masuk ke server dan server yang nantinya akan mendistribusikan ke aplikasi berdasarkan lokasi terdekat. Adanya sistem baru ini maka mau tidak mau *driver* harus mengambil konsumen yang menjadi bagiannya dan tidak bisa lagi memilih konsumen (Latifah, 2018).

c. Target Kerja

Menjadi *driver* transportasi *online* bagi sebagian orang menjanjikan dalam hal penghasilan (Rizal, 2019). Walaupun demikian penghasilan yang didapat dari transportasi *online* sangat ditentukan oleh kedisiplinan, motivasi dan kegigihan *driver* dalam mencari dan mendapat konsumen (Briskarisma, 2019). Sebagai entitas bisnis, perusahaan transportasi *online* juga menerapkan target agar dapat dicapai oleh *driver* dimana setiap hari paling tidak bisa menghasilkan 14 poin (Habllana, 2019).

Perhitungan poin dihitung berdasarkan beberapa hal dan layanan yang tersedia. Penyelesaian pekerjaan mengantarkan konsumen mendapatkan 1 poin, *driver* harus mengantar penumpang/melakukan perjalanan sejauh 6 km, sedangkan untuk pekerjaan mengantarkan makanan poin akan bertambah sebesar 2 poin setiap melakukan pemesanan dan pengantaran makanan (Marsusanti, dkk, 2018). Poin di mengantarkan makanan lebih besar dikarenakan usaha yang dilakukan lebih besar, mulai dari memesan (terkadang antri) dan melakukan pengantaran. Resiko juga lebih besar di pada layanan mengantar makanan karena konsumen dengan tiba-tiba bisa melakukan pembatalan (Izzati, 2020).

d. Umpan Balik (*Evaluasi*)

Driver transportasi *online* mendapatkan penilaian dari konsumen untuk memastikan layanan mereka yang terbaik. *Driver* transportasi *online* dinilai dari (1) performa, (2) rating yang didapat dari konsumen, dan (3) pencapaian target (Gunawan, 2019). Performa merupakan penilaian yang didasarkan pada pelayanan kepada konsumen yang dilihat dari respon *driver* terhadap permintaan pengantaran oleh konsumen (Zudia dan Nasir, 2010). Pada dasarnya *driver* transportasi *online* tidak bisa menolak orderan dari konsumen, hanya saja diaplikasi yang tersedia ada fasilitas untuk menolak (cancel) atas orderan konsumen (Yolanda, 2019). *Driver* Semakin banyak melakukan penolakan maka semakin turun performanya (Kamim dan Khandiq, 2019).

Sistem aplikasi transportasi *online* yang diterapkan saat ini ditentukan langsung dari server pusat (Yunus, dkk, 2019). *Driver* transportasi *online* yang sudah mendapat orderan tidak bisa mengeluh ketika jaraknya terlalu jauh (Soelistyowati, 2018). Apabila

mengeluh dan tidak mengambil konsumen maka *driver* punya hak untuk melakukan pembatalan dimana apabila dilakukan akan berimbas pada performa (Darmawati, 2019). Performa *driver* juga akan menentukan dapat tidaknya bonus dari poin yang dihasilkan (Kamim dan Khandiq, 2019). Sistem seperti ini memaksa *driver* yang mengaktifkan aplikasinya wajib untuk merespon permintaan dari konsumen (Herman, 2019). Dari sisi perusahaan transportasi *online* hal ini memastikan *driver* melakukan pekerjaannya dan membuat konsumen tidak menunggu terlalu lama (Alfadri, 2018).

Rating menjadi penilaian lain yang diterapkan manajemen gojek untuk memastikan berjalannya Standar Operasional Prosedur (SOP) dan memastikan kepuasan pada konsumen (Hendrastomo, dkk, 2016). Sistem rating dilakukan melalui mekanisme pemberian bintang dari satu hingga lima bintang (Lawalata, 2016). Setiap selesai melakukan pengantaran, konsumen memberikan penilaian bintang melalui aplikasi transportasi *online*. Semakin banyak bintang maka semakin baik penilaian pada *driver* (Suryatama, 2019). Komplain dari konsumen harus segera ditanggapi oleh *driver*, hal ini dilakukan sebagai satu cara untuk memberikan pelayanan prima bagi konsumen (Imron, dkk, 2018). Konsumen yang puas nantinya akan memberikan rating yang tinggi yang berujung pada kredibilitas dan pencapaian *driver* (Muflihadi dan Rubiyanti, 2016). Mekanisme rating ini memastikan *driver* untuk selalu memberikan pelayanan dan kepuasan bagi pelanggan (Munauwarah, 2018).

Pencapaian target juga menjadi penilaian bagi *driver*. Minimal dalam satu hari mendapatkan 14 poin (Novian, 2018). Poin ini akan menjadi alat untuk mengontrol dan memastikan *driver* melaksanakan

pekerjaannya sesuai dengan target (Rasit, 2019). Cara ini dilakukan manajemen perusahaan transportasi *online* untuk memastikan bahwa perusahaan akan terus berjalan seiring dengan *driver* yang bekerja dengan lebih keras (Wardani, 2017). Menurut Yunus, dkk (2020) pencapaian target akan menjadikan penggolongan akun *driver* transportasi *online* menjadi tiga golongan akun *driver* prioritas, akun *driver* normal dan akun *driver* tidak diprioritaskan.

Transportasi *online* juga memberlakukan beberapa aturan untuk *driver* dimana aturan ini dibuat untuk memastikan kepuasan konsumen (Ahmad, 2018). Aturan yang diberlakukan di transportasi *online* terkait dengan hak dan kewajiban yang harus dilaksanakan oleh *driver* transportasi *online* (Haqqin, dkk, 2018). Aturan-aturan yang dibuat tidak terikat secara ketat tetapi penting untuk dilaksanakan oleh *driver* transportasi *online* (Rahayu, 2019). Kepuasan,

keamanan dan kenyamanan konsumen menjadi hal yang utama, sehingga aturan kerja transportasi *online* banyak yang bertujuan untuk memastikan kepuasan konsumen (Dian, 2019). Aturan-aturan itu antara lain: persetujuan order, penggunaan atribut transportasi *online*, larangan mengambil penumpang di area rawan, pengecekan sepeda motor, melaksanakan standard operasional prosedur (Arindyah, 2018).

- 1) Persetujuan order harus selalu dilakukan oleh *driver* transportasi *online* setelah *handphone* yang dibawa menunjukkan terdapat order dari konsumen (Hardan, dkk, 2018). Setiap *driver* transportasi *online* yang siap bekerja dipastikan harus mengambil konsumen yang telah diberikan kepada *driver* (Ismawati, 2018). Saat ini *driver* transportasi *online* tidak bisa memilih konsumennya sehingga apapun dan siapapun konsumen yang masuk ke sistem order mereka wajib

dijemput dan diantar (Agustian, 2019). Artinya walaupun *driver* transportasi *online* perempuan apabila mendapat order dari penumpang laki-laki tetap harus diambil (Verasatiwi dan Wulan, 2018).

- 2) Penggunaan atribut transportasi *online* merupakan penanda bagi keberadaan *driver* di lapangan (Hereyah dan Andriani, 2020). Secara fisik dan kasatmata, transportasi *online* selalu diidentikkan dengan jaket dan helm yang berwarna dengan gambar sepeda motor dituliskan nama perusahaan (Fauziah, 2017). Atribut ini digunakan sebagai penanda yang menunjukkan eksistensi transportasi *online* sekaligus memastikan konsumen mengenal dengan mudah *driver* yang akan mengantar mereka (Septayuda, 2018). Atribut terutama jaket menjadi penanda yang juga disimbolkan sebagai simbol keamanan, kenyamanan dan memunculkan kepercayaan dari konsumen (Febrilia, 2019). Jaket transportasi *online* yang khas juga memunculkan solidaritas antar sesama *driver* gojek (Fachmy, dkk, 2019)
- 3) Larangan mengambil penumpang di area rawan, kemunculan transportasi *online* menimbulkan pro dan kontra (Gusnita, 2019). Transportasi *online* di beberapa tempat dirasa mengancam keberadaan ojek pangkalan sehingga sering kali *driver* transportasi *online* mendapatkan ancaman baik secara fisik ataupun melalui kata-kata (Lailiyah dan Wahyuningsih, 2019). *Driver* transportasi *online* memiliki cara dan strategi untuk meminimalisir konflik yang muncul ketika konsumen berada di area merah (Rozdianda, 2019). Beberapa *driver* akan menghubungi konsumen dan meminta mereka untuk bergeser menjauh dari area merah (Ristanti, 2018). Apabila konsumen tidak mau maka *driver* lebih memilih untuk membatalkan pengantaran

(Saputri, 2019). Hal tersebut dilakukan untuk menjaga situasi keamanan tetap kondusif dan tidak mengganggu hubungan transportasi *online* dengan ojek pangkalan (Kinanti, 2019).

- 4) Pengecekan kendaraan bermotor, keselamatan dan kenyamanan penumpang menjadi yang utama dalam bisnis transportasi *online*. (Hardaningtyas, 2018) Hal ini untuk menghindari sesuatu yang tidak diinginkan seperti kecelakaan karena kondisi sepeda motor atau sepeda motor mogok di jalan karena kerusakan atau ketidaknyamanan akibat kondisi motor yang tidak terawat (Putri dan Imanullah, 2019).
- 5) Standard operasional prosedur, transportasi *online* memiliki standard pelayanan yang wajib dilaksanakan *driver* untuk menjamin kepuasan konsumen (Irdhayanti dan Firayanti, 2019). *Driver* transportasi *online* harus memiliki kesabaran dan keramahan dalam melayani konsumen (Sutrisno, dkk, 2019). Menurut Gosal, dkk (2016) ketika konsumen melakukan order layanan transportasi *online* dan diterima oleh *driver*, maka identitas dan foto *driver* akan muncul di layar telepon konsumen. Hal ini untuk memberikan kepastian dan keamanan konsumen, termasuk diperlihatkan pula lokasi *driver* (Natsir, dkk, 2018). Setelah order masuk *driver* wajib menghubungi konsumen untuk memastikan jenis layanan dan lokasi penjemputan termasuk pula untuk melakukan validasi bahwa konsumen memang menginginkan dan secara sadar melakukan order melalui aplikasi transportasi *online* (Haq, 2019). Setelahnya aplikasi transportasi *online* memberi estimasi waktu sampai di lokasi konsumen (Al Hasin, 2017).

Hal lain yang menjadi standard operasional procedure adalah bahwa *driver* transportasi *online* harus selalu menggunakan atribut transportasi *online* selama mereka melayani konsumen (Qonitatillah, 2018). *Driver* transportasi *online* harus memakai sepatu, celana panjang, jaket dan helm transportasi *online*, tertib berlalu lintas dan memberikan pelayanan yang cepat dan ramah (Mathodah,2019).

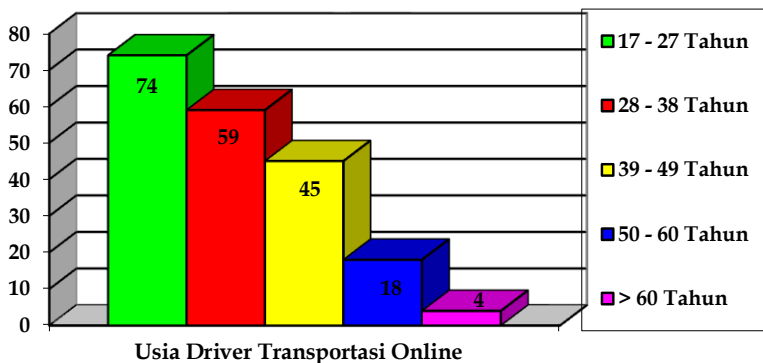
BAB III

PROFIL SOSIAL BUDAYA DRIVER TRANSPORTASI ONLINE

Profil sosial budaya *driver* transportasi *online* di Kota Semarang dalam kajian di buku ini ditinjau dari tingkat usia, tingkat pendidikan, jenis *driver*, waktu menjadi *driver*, pendapatan *driver*, perilaku *driver* dan kebiasaan *driver* transportasi *online* di Kota Semarang.

A. Usia *Driver* Transportasi *Online* di Kota Semarang

Usia *driver* transportasi *online* di Kota Semarang berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti pada bulan Maret 2019 sampai dengan Maret 2020 terhadap informan penelitian, sejumlah 200 *driver* transportasi *online* dapat diperoleh hasil sebagai berikut,



Gambar. 4.1 Usia *Driver* Transportasi *Online* Kota Semarang

Berdasarkan data gambar 4.1 usia *driver* transportasi *online*. Peneliti mendapatkan hasil data, bahwa usia informan *driver* transportasi *online* di Kota Semarang berusia 17-27 tahun sebanyak 74 *driver* atau sebesar 37%, usia 28-38 tahun sebanyak 59 *driver* atau sebesar 30%, usia 39-49 tahun sebanyak 45 *driver*

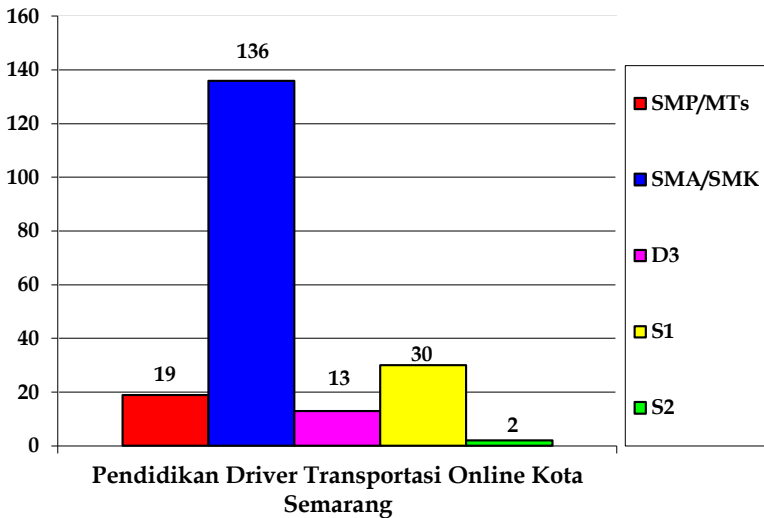
atau sebesar 23% , usia 50-60 tahun sebanyak 18% *driver* atau sebesar 19% dan usia diatas 60 tahun sebanyak 4 *driver* atau sebesar 2%.

Jika melihat data usia *driver* transportasi *online* di Kota Semarang dapat disimpulkan mayoritas yang menjadi *driver* transportasi *online* adalah golongan muda dengan rentang usia antara 17-38 tahun sebesar 67%. Data usia ini tidak berbeda jauh dari penelitian yang dilakukan oleh Sutrisno, D. T., Fathoni, A., & Harini, C. (2019) yang mengelompokan responden *driver* transportasi *online* berdasarkan usia 20-40 tahun sebesar 93%. Banyaknya Golongan muda yang menjadi *driver* transportasi *online* karena golongan muda dianggap lebih mampu menyesuaikan perkembangan teknologi, yang merupakan syarat utama menjadi *driver* dalam menggunakan aplikasi *driver* transportasi *online*. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Prasetyo, R. A., & Rismayani, R. (2018), Abdillah, L. (2019) yang menyatakan generasi muda lebih mudah menyerap perkembangan teknologi.

Sebaliknya jumlah golongan tua yang menjadi *driver* transportasi *online* disebabkan karena golongan tua dianggap kurang menyesuaikan diri pada perkembangan teknologi, terutama aplikasi transportasi *online* yang harus menggunakan *smartphone*. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wulung, L. A., & Satyawan, I. A. (2019) yang mengatakan golongan tua memiliki kecemasan dalam mengakses transportasi *online* karena golongan tua sulit mengoperasikan aplikasi transportasi *online*.

B. Pendidikan *Driver* Transportasi *Online* Kota Semarang

Pendidikan *driver* transportasi *online* di Kota Semarang berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti pada bulan Maret 2019 sampai dengan bulan Maret 2020 terhadap informan sejumlah 200 *driver* dapat diperoleh hasil sebagai berikut :



Gambar 4.2 Pendidikan *Driver* Transportasi *Online* Kota Semarang

Pendidikan *driver* transportasi online dapat dilihat dari *driver* yang berpendidikan SMP/MTs sebanyak 19 *driver* atau sebesar 10%. Lulusan SMP/MTs dapat menjadi *driver* dikarenakan syarat pendidikan untuk menjadi *driver* transportasi *online* hanya dengan minimal ijazah SMP/MTs. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Fatkhurohman dan Usman (2018) yang menyatakan bahwa Persyaratan utama, calon *driver* transportasi *online* harus menyertakan Kartu Tanda Penduduk (KTP), Kartu Keluarga (KK), Surat Ijin Mengemudi (SIM C), memiliki kendaraan (dibuktikan dengan STNK) dan memiliki ijazah minimal SMP.

Pendidikan *driver* transportasi *online* di Kota Semarang mayoritas lulusan SM/SMK atau sederajat. *Driver* yang berpendidikan SMA/SMK sebanyak 136 *driver* atau sebesar 68%. Pendidikan *driver* transportasi *online* lulusan SM/SMK menjadi mayoritas dibandingkan dengan pendidikan lainnya. Data ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Giri dan

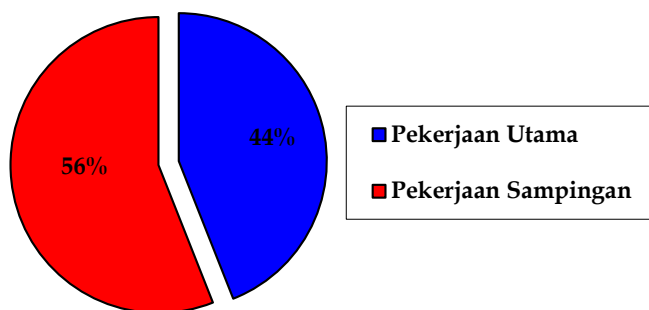
Dewi (2017) yang menyatakan mayoritas *driver* transportasi *online* berpendidikan SMA/SMK atau sederajat.

Driver yang berpendidikan D3 sebanyak 13 *driver* atau sebesar 7%. *Driver* yang berpendidikan S1 sebanyak 30 *driver* atau sebesar 15% dan *driver* yang berpendidikan S2 sebanyak 2 *driver* atau sebesar 1%. Jika diakumulasikan maka *driver* yang berpendidikan tinggi sebesar 23% atau terbanyak setelah pendidikan SMA/SM, sesuai dengan responden penelitian yang dilakukan oleh Mangifera dan Isa, (2017) Jumlah terbanyak pendidikan *driver* setelah pendidikan SMA/SMK adalah diploma dan sarjana. Rata-rata *driver* yang berpendidikan tinggi mereka sudah memiliki pekerjaan tetap. Mereka menjadikan profesi *driver* sebagai pekerjaan sampingan karena profesi *driver* memberikan fleksibilitas dalam pekerjaan untuk memberikan tambahan penghasilan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Pribadiono (2016) yang menyatakan ribuan orang rela mengantri untuk menjadi *driver* transportasi *online* karena fleksibilitas dan keuntungan yang mungkin diperoleh.

Terdapat 2 *driver* yang berpendidikan S2, seorang *driver* yang berpendidikan S2 adalah seorang yang baru lulus ujian tesis dari salah satu Universitas Negeri ternama di Kota Semarang, yang memulai menjadi *driver* sejak pertama kuliah S2. Sementara seorang lagi adalah lulusan S2 dari Universitas Swasta di Kota Semarang yang saat ini telah menjadi guru PNS di sebuah SMK, *driver* tersebut bekerja sebagai *driver* pada waktu malam hari atau hari libur di lokasi yang cukup jauh dari sekolah tempat bekerjanya. Pemilihan lokasi yang cukup jauh dikarenakan agar menghindari bertemu dengan sesama guru, atau peserta didiknya, menurutnya ada perasaan malu jika harus bertemu dengan orang yang dikenal dan tahu pekerjaan utamanya sebagai guru PNS.

C. Jenis *Driver* Transportasi *Online* di Kota Semarang

Peneliti melakukan observasi dan wawancara secara mendalam terhadap 200 *driver* transportasi *online* mengenai jenis *driver* transportasi *online* di Kota Semarang. Peneliti memperoleh hasil data yang dapat ditampilkan dalam chart sebagai berikut :



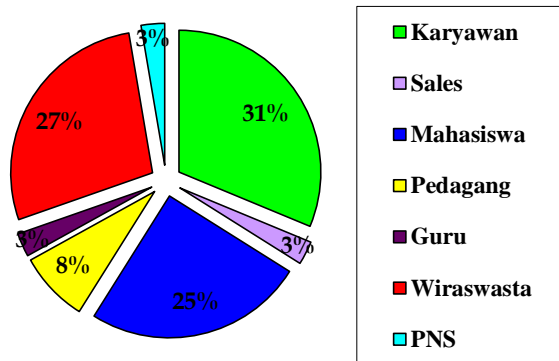
Gambar 4.4 Jenis *Driver* Transportasi *Online* di Kota Semarang

Berdasarkan gambar 4.4 jenis *driver* transportasi *online* di Kota Semarang, dapat dijelaskan bahwa sebesar 44% atau sebanyak 88 *driver* menjadikan profesinya sebagai pekerjaan utama. Sebesar 56% atau sebanyak 112 *driver* menjadikan profesi *driver* transportasi *online* sebagai pekerjaan sampingan.

Jenis *driver* transportasi *online* di Kota Semarang dapat dibagi menjadi dua yaitu *driver* yang menjadikan profesinya sebagai pekerjaan utama dan *driver* yang menjadikan profesinya sebagai pekerjaan sampingan. Berdasarkan data dapat dijelaskan bahwa sebesar 44% atau sebanyak 88 *driver* menjadikan profesinya sebagai pekerjaan utama. Sebesar 56% atau sebanyak 112 *driver* menjadikan profesi *driver* transportasi *online* sebagai pekerjaan sampingan. Ini merupakan sebuah temuan baru, ternyata dari 200 informan yang menjadikan profesi *driver* transportasi *online* sebagai pekerjaan sampingan lebih besar daripada yang menjadikan profesi *driver* sebagai pekerjaannya. Banyaknya jumlah *driver* sampingan sesuai dengan penelitian Fakhriyah, P. (2020) yang menjelaskan

menjelaskan banyak yang menjadikan profesi *driver* sebagai pekerjaan sampingannya.

Jika hasil data diperdalam pada *driver* yang menjadikan profesinya sebagai pekerjaan sampingan, maka pekerjaan utama *driver* tersebut sebagai berikut :



Gambar 4.5 Pekerjaan Utama Selain Menjadi *Driver* Transportasi *Online*

Berdasarkan gambar 4.5 pekerjaan utama selain menjadi *driver* transportasi *online*, mereka memiliki pekerjaan sebagai karyawan sebanyak 35 orang atau sebesar 31%. Pekerjaan utama sebagai sales sebanyak 3 orang atau sebesar 3%. Kegiatan utamanya sebagai mahasiswa sebanyak 28 orang atau sebesar 25%. Pekerjaan utamanya sebagai pedagang sebanyak 9 orang atau sebesar 8%. Pekerjaan utamanya sebagai guru sebanyak 3 orang atau sebesar 3%. Profesi utamanya sebagai wiraswasta sebanyak 31 orang atau sebesar 28% dan yang pekerjaan utamanya sebagai PNS sebanyak 3 orang atau sebesar 3%.

Driver yang menjadikan pekerjaannya sebagai pekerjaan sampingan, mereka telah memiliki pekerjaan utama selain menjadi *driver* transportasi *online*. Pekerjaan utama *driver* antara lain, mereka memiliki pekerjaan sebagai karyawan sebanyak 35 orang atau sebesar 31%. Setelah pulang dari pekerjaannya

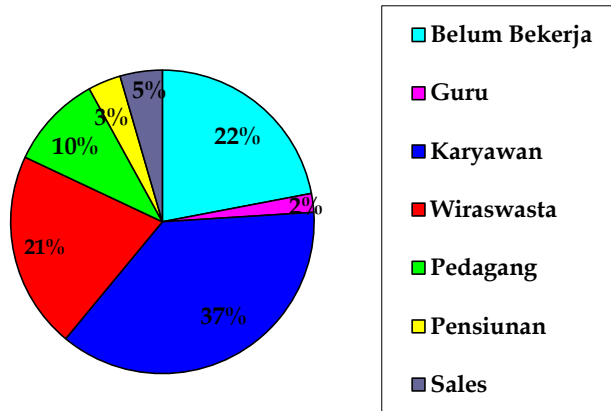
sebagai karyawan mereka pulang untuk beristirahat sejenak dan bersih-bersih diri, lalu pada malam harinya mereka bekerja sebagai *driver* transportasi *online* sampai larut malam.

Driver yang profesi utamanya sebagai wiraswasta sebanyak 31 orang atau sebesar 28%. Mereka umumnya memiliki usaha sendiri dirumahnya, atau wirausaha yang sifatnya musiman. Menjadi *driver* transportasi *online* dianggap sebagai pekerjaan yang dapat memberikan pendapatan yang cukup tinggi dengan fleksibilitas aturan kerja. *Driver* yang profesi utamanya sebagai wiraswasta bekerja setelah menjalankan usahanya atau diwaktu luangnya.

Driver transportasi *online* yang kegiatan utamanya sebagai mahasiswa sebanyak 28 orang atau sebesar 25%. Mereka bekerja sebagai *driver* sebelum berangkat kuliah atau setelah pulang kuliah. Mereka mengaku dapat mengatur waktu antara kuliah, mengerjakan tugas kuliah dan bekerja sebagai *driver* transportasi *online*. Umumnya mahasiswa yang menjadi *driver* adalah mahasiswa dari perantauan yang bukan asli berdomisili di Kota Semarang. Pendapatan yang diperoleh dari bekerja *driver* transportasi *online* digunakan oleh mahasiswa untuk tambahan uang jajan atau untuk pembayaran uang kuliah untuk membantu orang tuanya.

Driver yang pekerjaan utamanya sebagai pedagang sebanyak 9 orang atau sebesar 8%. Mereka umumnya berdagang dirumahnya. Setelah bergantian dengan keluarga yang menjaga dagangannya mereka bekerja sebagai *driver* transportasi *online*. Bekerja sampingan sebagai *driver* transportasi *online* dirasa sangat menguntungkan untuk menambah pendapatannya. *Driver* yang pekerjaan utama sebagai sales sebanyak 3 orang atau sebesar 3%. Pekerjaan utamanya sebagai guru sebanyak 3 orang atau sebesar 3% dan yang pekerjaan utamanya sebagai PNS sebanyak 3 orang atau sebesar 3%.

Dari hasil wawancara dan observasi yang dilakukan oleh peneliti terhadap *driver* transportasi *online* sejumlah 200 *driver*. Peneliti mendapatkan hasil data mengenai latar belakang pekerjaan *driver* sebelumnya sebagai berikut :



Gambar 4.3 latar belakang pekerjaan *driver* sebelumnya

Berdasarkan gambar 4.3 latar belakang pekerjaan *driver* sebelumnya, diperoleh hasil data, bahwa sebanyak 44 *driver* atau sebesar 22% belum bekerja. Sebanyak 4 *driver* atau sebesar 2% memiliki latar belakang pekerjaan sebagai guru. Sebanyak 74 *driver* atau sebesar 37% memiliki latar belakang pekerjaan sebagai karyawan disebuah perusahaan dan pabrik yang berlokasi disekitar Kota Semarang. Sebanyak 42 *driver* atau sebesar 21% memiliki latar belakang sebagai wiraswasta. Sebanyak 20 *driver* atau sebesar 10% memiliki latar belakang sebagai pedagang. Sebanyak 7 *driver* atau sebesar 4% memiliki latar belakang pensiunan dan sebanyak 9 *driver* atau sebesar 5% memiliki latar belakang pekerjaan sales.

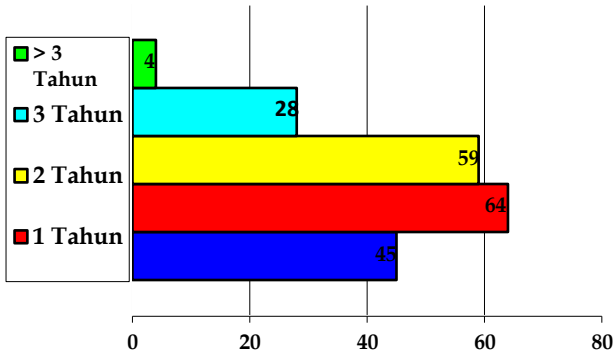
Beraneka ragam latar belakang pekerjaan *driver* sebelumnya, sesuai dengan penelitian Giri dan Dewi (2017) yang menyatakan latar belakang *driver* transportasi *online* bukan hanya dari tukang ojek pangkalan saja akan tetapi banyak yang berasal dari karyawan, mahasiswa dan berbagai kalangan lainnya. Jika dilihat dari data maka mayoritas

pekerjaan *driver* sebelumnya adalah karyawan sebesar 36% memiliki latar belakang pekerjaan sebelumnya sebagai karyawan. Terdapat sebagian *driver* yang memutuskan keluar dari pekerjaannya untuk bergabung sebagai *driver* transportasi *online* hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Saputra, dkk (2019) menjelaskan upah sebagai *driver* yang tinggi menyebabkan beberapa orang rela keluar dari pekerjaan lamanya. Sebagian karyawan masih tetap menjadi karyawan dan diwaktu senggangnya menjadikan *driver* sebagai pekerjaan sampingannya.

Sebanyak 44 *driver* atau sebesar 22% sebelumnya belum bekerja. Mereka rata-rata yang baru lulus dari SMA/SMK dan lulusan baru dari S1, sehingga *driver* transportasi *online* merupakan pekerjaan pertamanya. Mereka memilih menjadi *driver* transportasi *online* karena lebih mudah daripada mendaftar pekerjaan lainnya. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Karina, E. P. (2019) yang menyatakan bahwa menjadi *driver* transportasi *online* tidak banyak persyaratan yang harus dilampirkan.

Sebanyak 42 *driver* atau sebesar 21% memiliki latar belakang sebelumnya sebagai wiraswasta. Sebanyak 20 *driver* atau sebesar 10% memiliki latar belakang sebelumnya sebagai pedagang. Sebanyak 9 *driver* atau sebesar 5% memiliki latar belakang sebelumnya bekerja sales. Sebanyak 7 *driver* atau sebesar 4% memiliki latar belakang sebelumnya sebagai pensiunan dan sebanyak 4 *driver* atau sebesar 2% memiliki latar belakang pekerjaan sebelumnya sebagai guru.

Peneliti melakukan observasi dan wawancara secara mendalam terhadap informan *driver* mengenai waktu menjadi *driver* transportasi *online* di Kota Semarang. Peneliti mendapatkan hasil data mengenai seberapa lama seseorang bergabung sebagai *driver* transportasi *online* sebagai berikut,

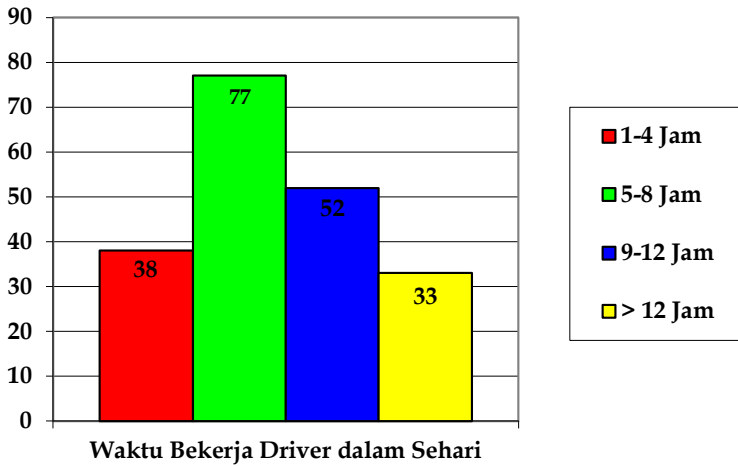


Gambar 4.6 Waktu Menjadi *Driver* Transportasi *online* di Kota Semarang

Berdasarkan gambar 4.6 waktu menjadi *driver* transportasi *online* di Kota Semarang, diperoleh hasil data sebagai berikut *driver* yang bekerja menjadi *driver* kurang dari satu tahun sebanyak 45 *driver* atau sebesar 23%. *Driver* yang bekerja selama satu tahun sebanyak 64 *driver* atau sebesar 32%. *Driver* yang bekerja selama dua tahun sebanyak 59 *driver* atau sebesar 30%. *Driver* yang bekerja selama 3 tahun sebanyak 28 *driver* atau sebesar 14% dan *driver* yang bekerja lebih dari tiga tahun sebanyak 4 *driver* atau sebesar 2%.

Mayoritas yang saat ini bekerja sebagai *driver* transportasi *online* di Kota Semarang adalah *driver* yang relatif baru. Mayoritas mereka yang bekerja sebagai *driver* antara kurang 1 sampai dengan 2 tahun sebanyak 85%. Hal ini sejalan dengan penelitian Pradana (2019) yang menyatakan rata-rata lama seseorang menjadi *driver* transportasi *online* di Kota Semarang adalah selama satu tahun. Banyaknya *driver* baru dikarenakan ditahun 2019 dibuka perekrutan *driver* baru. Setelah tahun sebelumnya ditutup karena protes dari berbagai pihak yang kontra terhadap transportasi *online*. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Diniaty, dkk (2019) yang menyatakan terdapat pihak yang kontra dengan adanya transportasi *online* yang mayoritas dari penyedia aplikasi konvensional.

Selain data waktu seseorang menjadi *driver* transportasi Kota Semarang, peneliti juga mendapatkan hasil data melalui wawancara secara mendalam dengan informan *driver* transportasi *online*, hasil data mengenai waktu *driver* bekerja dalam sehari, dapat dilihat dalam chart sebagai berikut,



Gambar 4.7 Waktu *Driver* Bekerja dalam Sehari

Berdasarkan gambar 4.7 waktu *driver* transportasi *online* Kota Semarang bekerja dalam sehari, diperoleh hasil data sebagai berikut, *driver* yang bekerja antara satu sampai dengan empat jam sebanyak 38 *driver* atau sebesar 19%. *Driver* yang bekerja antara lima sampai dengan delapan jam sebanyak 77 *driver* atau sebesar 39%. *Driver* yang bekerja antara sembilan sampai dengan dua belas jam sebanyak 52 *driver* atau sebesar 26%. *Driver* yang bekerja lebih dari 12 jam sebanyak 33 *driver* atau sebesar 17%.

Waktu *driver* transportasi *online* Kota Semarang bekerja dalam sehari, diperoleh hasil data sebagai berikut, *driver* yang bekerja antara lima sampai dengan delapan jam sebanyak 77 *driver* atau sebesar 39%. Umumnya mereka yang bekerja sebagai *driver* antara lima sampai delapan jam mereka yang menjadikan profesi *driver* transportasi *online* sebagai pekerjaan sampingannya. Terdapat juga *driver* yang memiliki akun

prioritas sehingga bisa mencapai target poin untuk mendapatkan bonus kurang dari delapan jam.

Driver yang bekerja antara sembilan sampai dengan dua belas jam sebanyak 52 *driver* atau sebesar 26%. Umumnya *driver* transportasi *online* yang bekerja antara sembilan sampai dua belas jam adalah mereka yang menjadikan profesi *driver* sebagai pekerjaan utamanya. Mereka bekerja antara sembilan sampai dengan 12 jam untuk mengejar target tutup poin untuk mendapatkan bonus maksimal. Biasanya *driver* ini adalah jenis *driver* normal. *Driver* yang bekerja antara satu sampai dengan empat jam sebanyak 38 *driver* atau sebesar 19%. Jenis *driver* ini umumnya adalah *driver* yang menjadikan profesinya sebagai pekerjaan sampingan, sehingga bekerja sebagai *driver* hanya untuk mendapatkan sedikit tambahan uang saja.

Driver yang bekerja lebih dari dua belas jam sebanyak 33 *driver* atau sebesar 17%. Umumnya *driver* ini adalah seseorang yang menjadikan *driver* transportasi *online* sebagai pekerjaan utamanya. Mereka bekerja lebih dari dua belas jam karena untuk mencapai target tutup poin, namun mereka sedikit kesusahan untuk mencapai target poin karena mereka merupakan *driver* yang bukan diprioritaskan. Waktu terlalu lama bekerja sebagai *driver* dalam sehari harus disertai dengan istirahat yang cukup, stamina yang baik dan konsentrasi agar tidak menimbulkan kelelahan dan *human error* sebagai salah satu penyebab kecelakaan, seperti yang dijelaskan dalam penelitian Rahman, M. F. (2018) yang menyatakan tingginya beban kerja *driver* mulai mengendarai kendaraan bermotor, mencari alamat, membawa barang pesanan, berpacu dengan waktu, menghadapi kemacetan dan ketatnya aturan perusahaan bukan tidak mungkin dapat memicu *human error* sebagai penyebab terjadinya kecelakaan.

Peneliti setelah melakukan wawancara mendalam dengan informan *driver* transportasi *online*, peneliti menemukan hasil penelitian yang belum banyak diketahui orang bahkan oleh *driver* yaitu pengklasifikasian jenis akun *driver* berdasarkan kinerja *driver* transportasi *online*. Sistem aplikasi secara otomatis

menilai kinerja *driver* lalu mengatur kemampuan aku yang dimiliki oleh *driver* transportasi *online* menjadi akun yang diprioritaskan, akun biasa dan akun yang tidak diprioritaskan. Berikut tabel perbandingan antra akun prioritas, akun normal dan akun yang tidak diprioritaskan berdasarkan sistem kerja aplikasi transportasi *online* :

4.1 Tabel Perbandingan Jenis Akun *Driver*

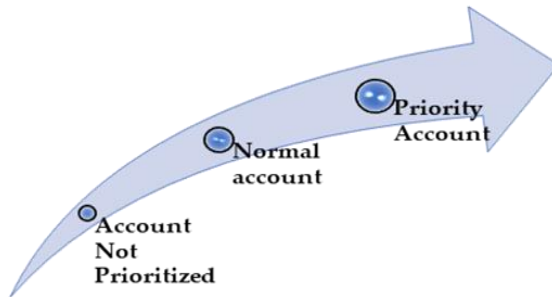
| Jenis Akun | Rata-rata Pendapatan | Rata-rata Bonus | Waktu Kerja |
|----------------------|----------------------|-----------------|-------------|
| Akun Prioritas | > Rp.250.000 | > Rp.80.000 | < 8 Jam |
| Akun Normal | < Rp. 250.000 | Rp. 80.000 | >12 Jam |
| Akun tidak Prioritas | < Rp. 100.000 | < Rp.80.000 | > 12 Jam |

Sumber : Data Olah Peneliti (2019)

Berdasarkan tabel 4.1 diatas dapat dilihat bahwa *driver* pemilik akun prioritas sangat diuntungkan karena bisa mendapatkan rata-rata pendapatan ditambah dengan bonus dengan waktu penyelesaian pekerjaan kurang dari 8 jam. Pemilik akun normal masih bisa mendapatkan pendapatan yang besar ditambah dengan bonus akan tetapi waktu untuk bekerja lebih lama dari akun prioritas yaitu lebih dari 12 jam. Sedangkan akun tidak diprioritaskan maksimal pendapatan sebesar Rp. 100.000 tanpa mendapatkan tambahan bonus dan penyelesaian pekerjaan lebih lama lebih dari 12 jam.

Aplikasi transportasi online mengklasifikasikan akun *driver* transportasi online. Pembagian klasifikasi akun berdasarkan kinerja dan profesionalisme *driver*. Jenis akun *driver* dibagi menjadi jenis akun prioritas, akun normal dan akun yang tidak diprioritaskan. Akun prioritas adalah akun yang sangat mudah untuk mendapatkan orderan pekerjaan, *driver* dengan akun prioritas mendapatkan pekerjaan berulang kali, hal ini sangat menguntungkan *driver* karena akan mendapatkan pendapatan yang besar dari pembayaran jasa dan akan mendapatkan bonus dengan waktu pekerjaan kurang dari 8 jam.

Jenis Akun normal mendapatkan orderan tidak seramai akun prioritas. Driver yang memiliki akun normal masih bisa mencapai target pendapatan dan bonus jika bekerja lebih dari 12 jam perhari Sedangkan jenis akun tidak diprioritaskan sangat sulit mendapatkan orderan. Jenis akun tidak diprioritaskan adalah sanksi kepada driver dengan performa dan profesionalisme yang rendah, yang sering memilih konsumen bahkan sering menolak pekerjaan yang masuk ke aplikasi. Driver pemilik akun tidak diprioritaskan hanya diberikan orderan satu atau dua kali dalam sehari, sehingga sulit untuk mencapai target pendapatan. Dari ketiga jenis akun driver dapat dilihat dalam gambar sebagai berikut,



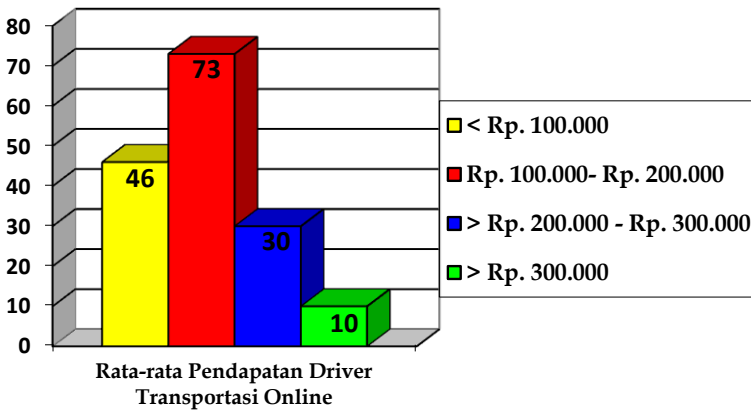
Gambar 4.8 Peningkatan Profesionalisme Driver Berdasarkan Level Akun

Menyadari mengenai sistem kerja aplikasi transportasi online. Driver dengan jenis akun prioritas akan mempertahankan level akunya dengan tetap mempertahankan kinerja dan profesionalismenya. Driver dengan akun prioritas tidak ingin turun level ke akun normal atau akun tidak diprioritaskan. Driver pemilik akun normal akan meningkatkan kinerjanya agar bisa naik level ke akun prioritas, dengan cara meningkatkan kinerja dan profesionalismenya. Akun aplikasi disetel auto bid yang artinya menerima semua orderan pekerjaan yang diberikan dengan memberikan pelayanan prima. Sedangkan pemilik akun tidak diprioritaskan perlu melakukan terapi akunya dengan cara mengaktifkan akun aplikasi 24 jam dengan menyetel auto bid. Driver pemilik akun tidak diprioritaskan bekerja lebih keras bahkan sampai bekerja

dimalam hari untuk memulihkan akunya agar bisa normal kembali. Terapi dengan meningkatkan kinerja diharapkan dapat menaikkan level akun tidak diprioritaskan menjadi akun normal atau bahkan menjadi akun diprioritaskan

D. Pendapatan *Driver* Transportasi Online

Hasil observasi dan wawancara mendalam yang dilakukan oleh peneliti terhadap informan 159 *driver* motor baik dari Gojek maupun Grab di Kota Semarang. Hasil data yang peneliti peroleh mengenai rata-rata pendapatan *driver* motor Gojek dan Grab dapat dilihat pada chart berikut,



Gambar 4.9 Rata-rata Pendapatan *Driver* Motor dalam Sehari

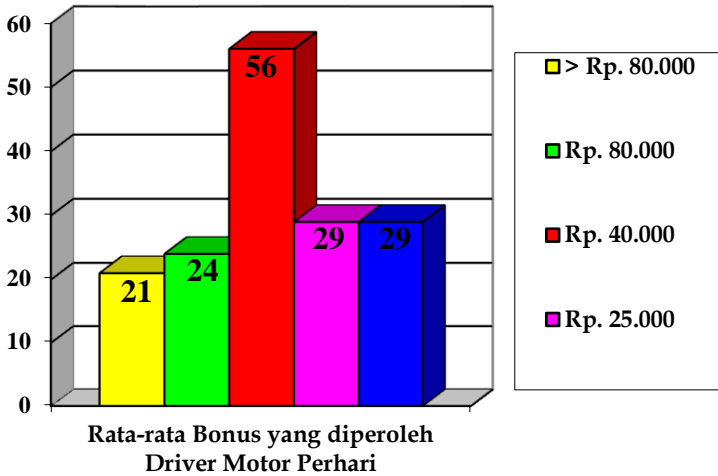
Berdasarkan gambar 4.9 rata-rata pendapatan *driver* motor dalam sehari, dapat diperoleh informasi yang memiliki pendapatan perhari kurang dari Rp. 100.00 sebanyak 46 *driver* atau sebesar 29%. *Driver* yang memiliki pendapatan lebih dari Rp. 100.000 sampai dengan Rp. 200.000 sebanyak 73 *driver* atau sebesar 46%. *Driver* yang memiliki pendapatan lebih dari Rp. 200.000 sampai dengan Rp. 300.000 sebanyak 30 *driver* atau sebesar 19%. *Driver* yang memiliki pendapatan lebih dari Rp. 3000.000 sebanyak 10 *driver* atau sebesar 6%.

Pendapatan *driver* motor di Kota Semarang dalam sehari mayoritas pendapatannya diantara lebih dari Rp. 100.000 sampai dengan Rp. 200.000 sebesar 46%. *Driver* yang memiliki pendapatan lebih dari Rp. 200.000 sampai dengan Rp. 300.000 sebesar 19%. Jumlah pendapatan ini sudah termasuk dari bonus yang diterima antara Rp. 25.000 sampai dengan lebih dari Rp. 80.000. Mayoritas *driver* yang berpendapatan antara lebih dari Rp. 100.000 sampai dengan Rp. 300.000 adalah *driver* yang memiliki akun normal, bukan akun prioritas atau akun tidak diprioritaskan.

Driver transportasi *online* dengan pendapatan perhari kurang dari Rp. 100.000 sebesar 29%. *Driver* yang berpendapatan kurang dari Rp. 100.000 adalah *driver* yang menjadikan profesinya sebagai pekerjaan sampingan. Pendapatan kurang dari Rp.100.000 perhari untuk menambah pendapatan dari pekerjaan utamanya. Terdapat juga *driver* yang menjadikan profesinya sebagai pekerjaan utama namun pendapatannya kurang dari Rp. 100.000 orang. Hal ini dikarenakan mereka memiliki akun yang tidak diprioritaskan.

Driver yang memiliki pendapatan lebih dari Rp. 300.000 sebanyak 10 *driver* atau sebesar 6%. Pendapatan ini termasuk pendapatan dari bonus yang lebih dari Rp. 80.000. Tingginya pendapatan ini dikarenakan *driver* tersebut memiliki akun prioritas. *Driver* akan lebih mendapatkan orderan bahkan setelah beberapa saat menyelesaikan pekerjaannya. Umumnya mereka mengambil satu hari untuk libur pekerja sehingga rata-rata bekerja dalam sebulan adalah 26 hari. Jika pendapatan Rp. 300.000 perhari dikalikan hari aktif bekerja dalam satu bulan yaitu 26 hari maka rata-rata pendapatan sebulan *driver* bisa mencapai Rp. 7.800.000 perbulan. Pendapatan *driver* perbulan ini sangat besar, jauh lebih besar dari upah minimum Kota Semarang sebesar Rp. 2.715.000 per bulan.

Pendapatan *driver* motor tersebut sudah termasuk dengan bonus yang diterima, rata-rata bonus yang diterima oleh *driver* motor transportasi *online* di Kota Semarang dapat dilihat pada chart berikut :



Gambar 4.10 Rata-rata Bonus yang diperoleh *Driver* Motor Perhari

Berdasarkan gambar 4.10 rata-rata bonus yang diperoleh *driver* motor perhari dapat dilihat bahwa *driver* yang mendapatkan bonus lebih dari Rp. 80.000 adalah sebanyak 21 *driver* atau sebesar 13%. *Driver* yang mendapatkan bonus Rp. 80.000 adalah sebanyak 24 *driver* atau sebesar 15%. *Driver* yang mendapatkan bonus Rp. 40.000 adalah sebanyak 56 *driver* atau sebesar 35%. *Driver* yang mendapatkan bonus Rp. 80.000 adalah sebanyak 29 *driver* atau sebesar 18%. *Driver* yang tidak mendapatkan bonus sebanyak 29 *driver* atau sebesar 18%.

Pendapatan *driver* transportasi *online* selain diperoleh dari upah jasa menjalankan pekerjaannya, *driver* juga mendapatkan pendapatan dari bonus yang diperoleh karena telah mencapai target poin. Rata-rata bonus yang diperoleh *driver* motor perhari yaitu bahwa *driver* yang mendapatkan bonus Rp. 40.000 adalah sebanyak 56 *driver* atau sebesar 35%. *Driver* yang mendapatkan bonus Rp. 80.000 adalah sebanyak 29 *driver* atau sebesar 18%. *Driver* yang mendapatkan bonus Rp. 80.000 adalah sebanyak 24 *driver* atau sebesar 15%. *Driver* yang mendapatkan bonus lebih dari Rp. 80.000 adalah sebanyak 21

driver atau sebesar 13%. *Driver* yang tidak mendapatkan bonus sebanyak 29 *driver* atau sebesar 18%.

E. Perilaku *Driver* Transportasi Online di Kota Semarang

Perilaku *driver* transportasi *online* di Kota Semarang mereka bersedia belajar teknologi, paling tidak mereka belajar aplikasi transportasi *online* dan aplikasi *Google Map*, sebagai penunjang aktifitas sebagai *driver* transportasi *online*. Perilaku sosial yang sangat menonjol dari diri *driver* adalah solidaritas yang kuat pada komunitas sesama *driver*, hal ini mereka lakukan untuk saling bertukar pikiran dan pengalaman seputar pekerjaan sebagai *driver* transportasi *online*. Mereka juga membahas tema lainnya lainnya yang tidak terkait dengan profesinya sebagai *driver*. Solidaritas mereka tunjukan dengan bergabung dalam grup *WhatsApp*, *Facebook* dan media sosial lainnya yang memudahkan mereka berkomunikasi saling membantu, selain itu mereka membuat tempat berkumpul di beberapa lokasi untuk tempat beristirahat, menunggu pesanan atau hanya sekedar bersenda gurau saja. Lokasi yang paling banyak dijadikan tempat berkumpul *driver* transportasi *online* adalah disekitas Stasiun Mangkang, Stasiun Poncol, sekitar Paragon Mall, sekitar Masjid Agung Jawa Tengah. Mereka mempunyai salam yang khas yaitu “salam satu aspa”, ketika sesama *driver* transportasi *online* berjumpa di jalan biasanya mereka akan membunyikan klakson atau melambaikan tangan sebagai simbol saling menyapa.

Ketika ada salah satu *driver* yang terkena masalah di jalan mereka tidak sungkan untuk membantu. Jika terdapat *driver* yang kecelakan mereka akan menjenguknya. Akan tetapi solidaritas yang kuat ini dapat menyebabkan permasalahan jika mereka mendengar informasi salah satu *driver* mendapatkan perlakuan yang tidak menyenangkan baik dari transportasi konvensional, konsumen, pemilik restoran atau pihak lain. Biasanya terdapat *driver* yang menuliskan pesan di grup *facebook* *driver* memberikan informasi perlakuan tidak menyenangkan oleh mereka akan mendatangnya secara

bersama-sama dengan istilah “menghijaukan” seperti warna jaket transportasi *online*. Mereka meminta klarifikasi tentang kejadian yang terjadi, jika tidak ada sosok yang dapat menenangkan bisa saja akan terjadi bentrokan atau sesuatu yang tidak diinginkan.

Perilaku sosial dari *driver* yang lain mereka lebih bersemangat dalam bekerja. *Driver* mengejar poin agar mendapatkan sejumlah bonus uang tambahan. jika mereka mengerjakan satu kali order mengantar orang maka akan mendapatkan 1 poin. Jika mereka mengerjakan satu kali order mengantar makanan akan mendapatkan 2 poin, dalam satu hari poin akan dijumlahkan oleh aplikasi. Jika poin mencapai 14 maka akan mendapatkan bonus uang Rp. 25.000. jika mendapatkan poin 16 maka akan mendapatkan uang Rp. 40.000, dan jika mereka mendapatkan poin 20 maka akan mendapatkan bonus uang Rp.100.000. Menariknya bonus uang ini hanya bisa dicairkan apabila *driver* menyelesaikan minimal 40% dari orderan yang masuk, sehingga secara psikologis *driver* akan lebih bersemangat dalam menyelesaikan pesanan pekerjaannya. *Driver* akan terkena *suspend* (sanksi) apabila menolak pesanan yang masuk lebih dari 2 kali dalam waktu yang berdekatan, aplikasi mereka tidak dapat dijalankan selama 30 menit. Hal ini juga menambah semangat bekerja *driver* untuk menerima pesanan pekerjaan yang masuk.

Mayoritas *driver* di Kota Semarang berubah menjadi pribadi yang menghargai kerja keras untuk mendapatkan uang. *Driver* berperilaku hemat dan dapat mengatur pengeluaran uang yang mereka dapatkan. Perilaku sosial yang lain pada *driver* adalah mereka berperilaku ramah, memberikan senyum, salam dan sapa kepada konsumen. Perilaku ini karena merupakan SOP (Standar Oprasional Prosedur) sebagai seorang *driver* transportasi *online* yang diharuskan memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen. Temuan menarik dalam penelitian ini adalah rata-rata *driver* sebelum bekerja biasanya mereka akan mandi terlebih dahulu, memakai pakaian yang rapi, bersepatu dan memakai minyak wangi. Hal

ini dilakukan agar konsumen yang menggunakan jasanya akan merasa nyaman dan senang sehingga konsumen akan memberikan bintang banyak yang dapat menaikkan performa *driver* pada aplikasi.

Terdapat perilaku sosial yang negatif pada diri *driver* transportasi *online* Kota Semarang yaitu mereka menjadi terlalu asyik mencari uang dengan mengejar target bonus, sehingga terkadang melupakan ibadahnya. Misalkan yang beragama islam meninggalkan shalatnya. Perilaku sosial negatif lainnya pada diri *driver* seringkali merasa kesal apabila ada order fiktif, baik itu dilakukan oleh orang yang iseng atau dilakukan oleh sesama *driver* agar terkena sanksi. Kekesalan *driver* ini berbahaya jika tidak dapat mengontrolnya akan menimbulkan kekerasan kepada pihak yang iseng melakukan order fiktif. Terdapat perilaku beberapa *driver* yang melanggar aturan dan tata tertib. Beberapa *driver* masih melanggar lalu lintas, melanggar aturan merubah aplikasi dan menambah aplikasi yang dilarang agar dapat berbuat curang seperti membuat aplikasi "tuyul". Perilaku *driver* yang melanggar tata tertib lainnya seperti berkonflik dengan transportasi konvensional dan konsumen. Perilaku lainnya dengan secara terbuka beberapa *driver* menjual akun *driver* di media sosial, untuk akun *driver* motor ditawarkan antara 1 juta sampai dengan 3 juta, sedangkan untuk akun *driver* mobil ditawarkan antara 2 juta sampai dengan 4,5 juta.

F. Kebiasaan *Driver* Transportasi *Online* Kota Semarang

Perilaku sosial yang dilakukan oleh *driver* transportasi *online* secara terus menerus menjadi sebuah kebiasaan. Terdapat kebiasaan *driver* transportasi *online* yang dapat diamati secara kasat mata. Beberapa kebiasaan *driver* adalah saling menyapa sesama *driver* ketika bertemu dengan seragam *driver* yang sama meskipun tidak saling mengenal. Hubungan emosional yang kuat membuat *driver* membuat komunitas disetiap area yang biasa untuk tempat berkumpul.

Kebiasaan perilaku *driver* juga dapat terlihat dari cara berpakaian yang menggunakan seragam dan penampilan yang lebih rapi daripada ojek pangkalan. Mayoritas *driver* memiliki kebiasaan selalu memegang *smartphonenya* untuk memastikan terdapat orderan atau tidak. Kebiasaan *driver* ketika mendapatkan orderan, maka akan mengirimkan pesan melalui fasilitas pesan yang terdapat di aplikasi kepada konsumen. Pengiriman pesan untuk memastikan titik lokasi dan ciri-ciri konsumen ketika mendapatkan order mengantar orang. Jika order mengantar makanan maka *driver* akan mengirim pesan untuk memastikan pesanan makanan konsumen, dan pesan tambahan dari konsumen misalnya makanan harus pedas, pakai bawang atau ditambahkan bagian tertentu. Pengiriman pesan terlebih dahulu yang dilakukan oleh *driver* merupakan bentuk upaya untuk bekerja lebih profesional dengan memberikan pelayanan yang baik.

Standar operasional prosedur *driver* harus bersikap ramah dan baik kepada konsumen yang berimplikasi pada penghargaan dan hukuman membuat *driver* memiliki kebiasaan untuk bersikap ramah dan baik. Seringkali mayoritas *driver* akan mengajak mengobrol konsumen agar terjalin suasana yang hangat, sehingga nantinya konsumen akan memberikan rating bintang yang baik. Ketika mengantar konsumen *driver* memiliki kebiasaan untuk melihat *Google Maps* di *smartphone* untuk memastikan tempat pengantaran, dan rute yang tercepat.

Kebiasaan *driver* yang dapat diamati adalah seringnya berkumpul di trotoar atau tepi jalan. Kebiasaan *driver* untuk berkumpul ditempat yang dianggap strategis, seringkali malah mengganggu pejalan kaki atau aktifitas transportasi lainnya. Pada jam pemberhentian kereta dari luar kota, di area Stasiun Poncol dan Stasiun Tawang dipenuhi oleh *driver* transportasi *online* yang menunggu penumpang kereta yang baru datang dari luar kota.

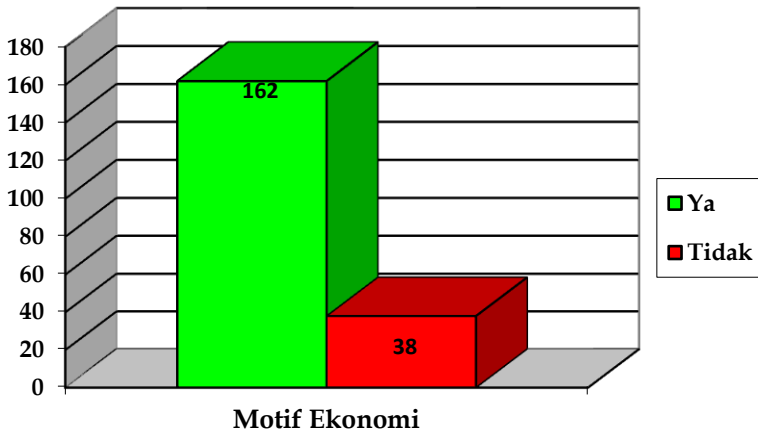
BAB IV

MOTIF PEMILIHAN PROFESI SEBAGAI *DRIVER* TRANSPORTASI *ONLINE*

Berdasarkan wawancara secara mendalam dan observasi secara langsung yang dilakukan oleh peneliti terhadap 200 *driver* transportasi *online* di Kota Semarang yang dilakukan dari bulan Maret 2019 sampai dengan bulan Maret 2020. Motif seseorang memilih berprofesi sebagai *driver* transportasi *online* karena motif ekonomi, motif interaksi sosial, motif pengembangan diri dan motif menambah jejaring sosial.

A. Motif Ekonomi

Hasil dari wawancara mendalam kepada 200 *driver* transportasi *online* dengan pertanyaan apakah motif ekonomi menjadi alasan utama seseorang memilih menjadi *driver* transportasi *online* dapat dilihat dalam chart sebagai berikut,



Gambar 5.1 Seseorang Berprofesi Menjadi *Driver* Transportasi Online Karena Motif Ekonomi

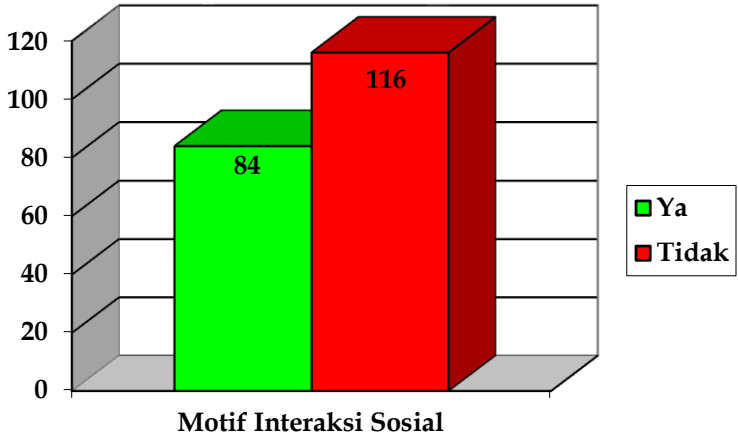
Dari gambar 5.1 seseorang berprofesi menjadi *driver* transportasi *online* karena motif ekonomi. Sebanyak 162 atau sebesar 81% *driver* menjawab **Ya**, sementara 38 atau sebesar 19% *driver* menjawab **Tidak** atau bukan karena motif ekonomi.

Motif ekonomi merupakan motif yang dominan dari seorang memilih menjadi *driver* transportasi *online* di Kota Semarang. Data menunjukkan bahwa sebesar 81% *driver* transportasi *online* memilih profesi *driver* karena alasan ekonomi, sementara 38 atau sebesar 19% *driver* menjawab bukan karena motif ekonomi. Motif ekonomi yang dimaksud adalah untuk mendapatkan penghasilan dari upah ketika menyelesaikan pekerjaan dan bonus ketika mencapai target poin. Hal ini sejalan dengan penelitian Rizal (2019) yang menyatakan menjadi *driver* transportasi *online* bagi sebagian orang menjanjikan dalam hal penghasilan. Penelitian Affandi dan Sofiati (2020) menjelaskan selain mendapat pembayaran dari orderan, *driver* juga mendapat bonus dari setiap transaksi berdasarkan poin yang dikumpulkan.

Alasan ekonomi menjadi wajar karena mayoritas seseorang mau melakukan suatu tindakan/pekerjaan karena ingin mendapatkan upah atau imbalan dari pekerjaannya. Menariknya terdapat temuan sebesar 19% *driver* mengaku motif memilih profesi *driver* transportasi *online* bukan karena alasan ekonomi, tetapi karena alasan lainnya seperti ingin berinteraksi sosial, alasan ingin mengembangkan diri dan alasan untuk mengembangkan jaringan sosial.

B. Motif Interaksi Sosial

Hasil dari wawancara mendalam yang dilakukan oleh peneliti kepada 200 *driver* transportasi *online* dengan pertanyaan apakah motif interaksi sosial menjadi alasan utama seseorang memilih menjadi *driver* transportasi *online*, dapat dilihat dalam chart sebagai berikut,



Gambar 5.2 Seseorang Berprofesi Menjadi *Driver* Transportasi Online Karena Interaksi Sosial

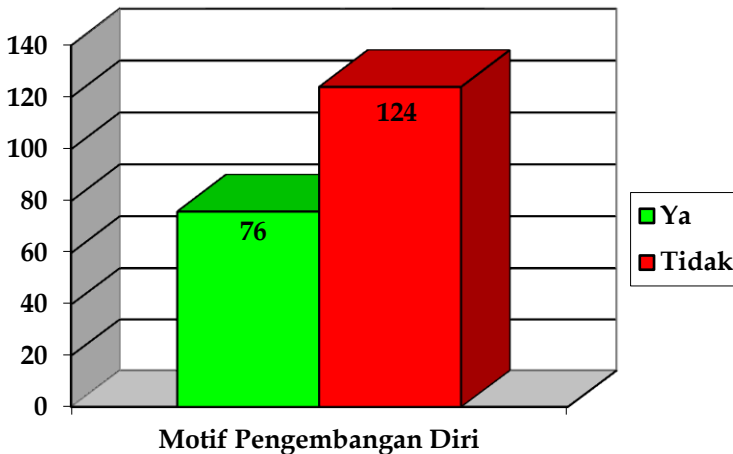
Berdasarkan gambar 5.2 seseorang berprofesi menjadi *driver* transportasi *online* karena motif interaksi sosial. Sebanyak 84 atau sebesar 42% *driver* menjawab **Ya**, sementara 116 atau sebesar 58% *driver* menjawab **Tidak** atau bukan karena motif interaksi sosial.

Seseorang memilih berprofesi menjadi *driver* transportasi *online* karena motif interaksi sosial sebesar 42%. Sementara sebesar 58% *driver* menjawab bukan karena motif interaksi sosial. Mereka memilih menjadi *driver* transportasi *online* untuk mengisi waktu luang mereka. Seperti mahasiswa semester akhir yang tidak terlalu banyak jadwal perkuliahan, mereka memilih menjadi *driver* transportasi *online* untuk mengisi waktu luang agar dapat berinteraksi sosial dengan sesama *driver* dan konsumen. Hal ini sejalan dengan penelitian Junior, M. S. (2017) menjelaskan *driver* saling berinteraksi sosial, baik secara individu atau didalam kelompoknya. Terdapat setidaknya 2 *driver* transportasi *online* yang mengaku mendapatkan teman dekat “kekasih” dari hasil interaksi sosial dengan konsumennya.

Beberapa *driver* yang pekerjaan utamanya sebagai karyawan merasa jenuh dengan pekerjaan di kantornya. *Driver* tersebut mengaku berinteraksi sosial sebagai *driver* transportasi *online* menjadi salah satu obat mengatasi kejenuhan. Terutama ketika berinteraksi sosial dengan sesama *driver* transportasi *online* dengan berbagi keluhan kesah, membagi pengalamanya.

C. Motif Pengembangan Diri

Hasil dari wawancara mendalam kepada 200 *driver* transportasi *online* dengan pertanyaan apakah motif pengembangan diri menjadi alasan utama seseorang memilih menjadi *driver* transportasi *online* dapat dilihat dalam chart sebagai berikut,



Gambar 5.3 Seseorang Berprofesi Menjadi *Driver* Transportasi Online Karena Motif Pengembangan Diri

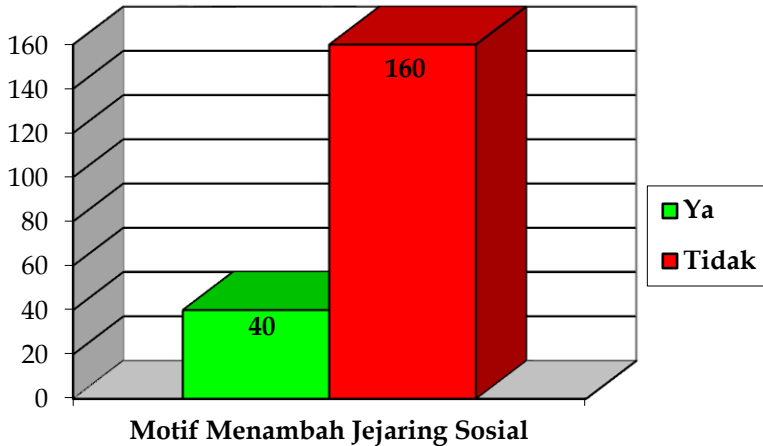
Berdasarkan gambar 5.3 seseorang berprofesi menjadi *driver* transportasi *online* karena motif pengembangan diri, sebanyak 76 atau sebesar 38% *driver* menjawab **Ya**, sementara 124 atau sebesar 62% *driver* menjawab **Tidak** atau bukan karena motif pengembangan diri.

Seseorang memilih berprofesi menjadi *driver* transportasi *online* karena motif pengembangan diri sebesar 38%. Sementara sebesar 62% *driver* menjawab bukan karena motif pengembangan diri. *Driver* yang menjawab menjadi *driver* transportasi *online* karena alasan mengembangkan diri umumnya mereka yang sedang mencari pengalaman sebagai *driver*. Saat sedang berinteraksi sosial baik dengan sesama *driver* atau konsumen biasanya *driver* tersebut belajar untuk meningkatkan pengetahuan, ketrampilan atau kemampuan berkomunikasi. Umumnya *driver* yang ingin mengembangkan diri adalah mereka yang baru lulus SMA/SMK dan *driver* yang saat ini masih menjadi mahasiswa.

Beberapa *driver* mengaku ketika sedang mengantarkan konsumen mereka bertanya ke konsumennya apa pekerjaan, atau usaha yang sedang digelutinya. Setelah itu *driver* meminta tips untuk dapat mengembangkan diri demi kesuksesannya dimasa yang akan datang. Terdapat konsumen yang terkesan malas menjawab tetapi ada konsumen yang dengan sangat antusias menjawab pertanyaan *driver* dengan memberikan saran masukan agar *driver* dapat berkembang demi kesuksesan dimasa yang akan datang.

D. Motif Menambah Jejaring Sosial

Hasil dari wawancara mendalam kepada 200 *driver* transportasi *online* dengan pertanyaan apakah motif menambah jejaring sosial menjadi alasan utama seseorang memilih menjadi *driver* transportasi *online* dapat dilihat dalam chart sebagai berikut,



Gambar 5.4 Seseorang Berprofesi Menjadi *Driver* Transportasi Online Karena Motif Menambah Jejaring Sosial

Berdasarkan gambar 5.4 seseorang berprofesi menjadi *driver* transportasi *online* karena motif menambah jejaring sosial. Sebanyak 40 atau sebesar 20% *driver* menjawab **Ya**, sementara 160 atau sebesar 80% *driver* menjawab **Tidak** atau bukan karena motif menambah jejaring sosial.

Seseorang memilih berprofesi menjadi *driver* transportasi *online* karena motif menambah jejaring sosial sebesar 20%. Sementara sebesar 80% *driver* menjawab bukan karena motif menambah jejaring sosial. Seseorang yang memilih menjadi *driver* karena ingin menambah jejaring sosial umumnya mereka yang ingin bergabung dengan komunitas *driver* transportasi *online*. Mereka menganggap solidaritas komunitas *driver* transportasi *online* sangat kuat. Sehingga mereka merasa aman jika ada masalah. Mereka bangga menggunakan jaket dan helm atribut *driver* transportasi *online*.

Semakin banyak jejaring sosial yang mereka dapatkan semakin merasa senang dan bangga. Seringkali kegiatan yang melibatkan jejaring komunitas *driver* transportasi *online* di pamerkan di media sosial. Menambah jejaring sosial juga diharapkan agar dapat meningkatkan eksistensinya mereka dihadapan teman atau keluarganya.

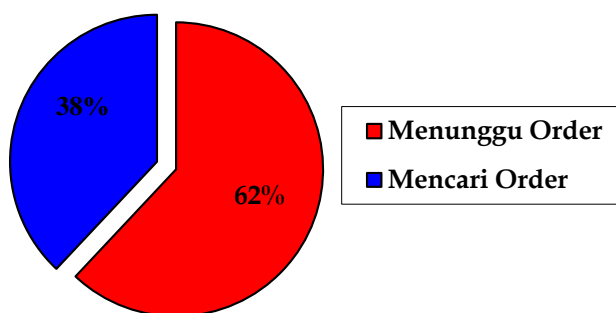
BAB V

MOBILISASI *DRIVER* DAN PENERAPAN APLIKASI TRANSPORTASI *ONLINE*

Berdasarkan wawancara secara mendalam dan observasi secara langsung yang dilakukan oleh peneliti terhadap 200 *driver* transportasi *online* di Kota Semarang yang dilakukan dari bulan Maret 2019 sampai dengan bulan Maret 2020. Mobilisasi *driver* transportasi *online* di Kota Semarang dapat dilihat dari mobilisasi *driver*, lokasi dan waktu yang ramai order pekerjaan.

A. Mobilisasi *Driver* Transportasi *Online* di Kota Semarang dalam Mendapatkan Order Pekerjaan

Mobilisasi *driver* transportasi *online* di Kota Semarang salah satunya ditentukan oleh sistem aplikasi transportasi *online*. Jarak terjauh *driver* menerima order pekerjaan sejauh 25 KM. Sedangkan jarak terjauh bagi *driver* mobil menerima dan menjalankan pekerjaan sejauh 70 KM. Jarak ini mempengaruhi mobilisasi *driver* dan keruangan *driver* transportasi *online* dalam bergerak dari satu lokasi ke lokasi tertentu sesuai dengan order pekerjaan. Berdasarkan hasil wawancara secara mendalam dan observasi yang dilakukan oleh peneliti terhadap informan *driver* transportasi *online* dapat dilihat pada chart sebagai berikut,



Gambar 6.1 Mobilisasi *Driver* Transportasi *Online* di Kota Semarang dalam Mendapatkan Order Pekerjaan

Berdasarkan Gambar mobilisasi *driver* transportasi *online* di Kota Semarang dalam mendapatkan order pekerjaan, dapat dilihat sebesar 62% atau sebanyak 124 *driver* menunggu disuatu tempat untuk mendapatkan order pekerjaan, sementara sebesar 38% atau sebanyak 76 *driver* memilih untuk berkeliling mendapatkan order pekerjaan.

Mobilisasi *driver* transportasi *online* di Kota Semarang dalam mendapatkan order pekerjaan, diketahui sebesar 62% *driver* transportasi *online* menunggu disuatu tempat untuk mendapatkan order. Tempat yang menjadi favorit *driver* transportasi *online* adalah disekitar Stasiun Poncol, Stasiun Tawang, SMAN 1 Semarang, Paragon Mall dan tempat keramaian lainnya. Alasan *driver* menunggu disuatu tempat karena untuk mengefisiensi bensin. Alasan lainya jika menunggu disuatu tempat *driver* dapat berinteraksi dengan *driver* lainnya. Apabila *driver* biasa menunggu konsumen di area Stasiun Poncol maka *driver* lainnya akan mengenal, meski tidak mengenal nama tapi mengenal wajah dan saling berinteraksi sosial. Sementara sebesar 38% *driver* memilih untuk berkeliling mendapatkan order pekerjaan. Alasan *driver* jemput bola berkeliling mencari order karena berpengalaman apabila *driver* mobilitasnya tinggi akan mudah menerima order diaplikasi.

Baik *driver* transportasi *online* yang menunggu maupun yang berkeliling mencari order masuk masing-masing *driver* memiliki alasan. Tindakan *driver* dalam mendapatkan konsumen sesuai dengan teori Max Weber (1961) yang menyatakan segala tindakan yang dilakukan oleh individu dikarenakan adanya alasan. Hasil temuan penelitian yang menarik, *driver* transportasi *online* yang berkeliling akan lebih mudah mendapatkan order pekerjaan daripada yang menunggu disuatu tempat.

Terdapat *driver* transportasi yang memiliki spesialisasi mobilisasi jarak pendek. *Driver* ini biasanya akan sering mendapatkan order jarak pendek, meskipun upahnya relatif rendah tetapi kuantitas orderanya lebih banyak, sehingga akan

mudah untuk mencapai target poin. Sebagaimana *driver* memiliki spesialisasi mobilisasi orderan jarak jauh. *Driver* dengan mobilisasi orderan jarak jauh akan mendapatkan upah perjalanan yang besar namun akan menghabiskan waktu yang lama sehingga seringkali susah mencapai target poin maksimal untuk mendapatkan bonus.

B. Sistem Kerja Aplikasi *Driver* Transportasi *Online*

Aplikasi *driver* transportasi *online* memiliki sistem kerja, untuk meningkatkan performa *driver*. Sistem kerja aplikasi *driver* mampu mendeteksi pelanggaran tata tertib *driver*. Berikut ini tabel jenis pelanggaran yang terdeteksi dari sistem kerja aplikasi *online* :

Tabel 6.2 Jenis Pelanggaran yang Terdeteksi dari Sistem

| No | Jenis Pelanggaran yang terdeteksi dari sistem | Tingkatan Pelanggaran |
|----|--|------------------------|
| 1. | <i>Driver</i> terlalu banyak melakukan pembatalan order | Rendah |
| 2. | Alasan pembatalan order yang dipilih <i>driver</i> tidak sesuai dengan keadaan yang sebenarnya | Rendah |
| 3. | <i>Driver</i> terdeteksi menjalankan order secara <i>offline</i> di bandara | Sedang |
| 4. | <i>Driver</i> terindikasi menggunakan aplikasi modifikasi | Tinggi |
| 5. | Menyelesaikan order yang tidak wajar | Maksimum Tinggi |
| 6. | Melakukan kecurangan ketika membayar order GoFood atau GoShop | Maksimum Tinggi |
| 7. | Menyelesaikan order yang tidak dijalankan | Maksimum Sangat Tinggi |
| 8. | <i>Driver</i> terindikasi melakukan kecurangan manipulasi sistem order | Maksimum Sangat Tinggi |

| | | |
|----|--|------------------------|
| 9. | Melakukan kecurangan dengan membuat order palsu/fiktif | Maksimum Sangat Tinggi |
|----|--|------------------------|

Sistem kerja aplikasi *driver* transportasi *online* diprogram agar *driver* menaati tata tertib sebagai *driver*. Sistem kerja aplikasi *driver* transportasi *online* mampu mendeteksi jenis pelanggaran yang *driver* dan mampu mengkategorikan tingkatan pelanggaran. Seperti jenis pelanggaran *driver* terlalu banyak melakukan pembatalan order, tingkat pelanggaran rendah. Jenis pelanggaran alasan pembatalan order yang dipilih *driver* tidak sesuai dengan keadaan yang sebenarnya, tingkat pelanggaran rendah. Jenis pelanggaran *driver* terdeteksi menjalankan order secara *offline*, tingkat pelanggaran sedang. Jenis pelanggaran *driver* terindikasi menggunakan aplikasi modifikasi, tingkat pelanggaran tinggi.

Jenis pelanggaran menyelesaikan order yang tidak wajar, tingkat pelanggaran maksimum tinggi. Jenis pelanggaran melakukan kecurangan ketika membayar order *GoFood* atau *GoShop*, pelanggaran maksimum tinggi. Jenis pelanggaran menyelesaikan order yang tidak dijalankan, tingkat pelanggaran maksimum sangat tinggi. Jenis pelanggaran *driver* terindikasi melakukan kecurangan manipulasi sistem order, tingkat pelanggaran maksimum sangat tinggi dan jenis pelanggaran melakukan kecurangan dengan membuat order palsu/fiktif.

C. Lokasi dan Waktu Ramai Order Transportasi *Online*

Peneliti mendapatkan informasi lokasi dan waktu yang ramai untuk mendapatkan order pekerjaan dapat dijelaskan pada tabel berikut,

Tabel. 6.1
Lokasi dan Waktu Ramai Order Transportasi *Online*

| Waktu | Jam | Lokasi |
|-------|---------------|---------------------------------------|
| Pagi | 06.00 – 09.00 | sekitar perumahan |
| Siang | 10.00 – 13.00 | sekitar sekolah, rumah makan dan mall |

| | | |
|--------------|---------------|---------------------------------------|
| Sore | 16.00 – 19.00 | sekitar perkantoran |
| Malam | 19.00-21.00 | sekitar stasiun, rumah makan dan mall |

Berdasarkan tabel. 6.1 lokasi dan waktu order transportasi *online* dapat diketahui pagi jam 06.00 – 09.00 lokasi yang ramai di sekitar perumahan. Siang jam 10.00 – 13.00 lokasi sekitar sekolah, rumah makan dan mall. Sore jam 16.00 – 19.00 lokasi sekitar perkantoran. Malam jam 19.00-21.00 lokasi sekitar stasiun, rumah makan dan mall.

Lokasi dan waktu ramai order pekerjaan *driver* transportasi *online* dapat diketahui pada saat pagi hari sekitar pukul 06.00 sampai dengan pukul 09.00 lokasi yang ramai di sekitar perumahan. *Driver* pada saat pagi hari akan lebih mudah mendapatkan order pekerjaan jika berada dekat dengan perumahan. Ada spesialisasi *driver* yang sengaja mengincar konsumen khusus untuk mengantarkan anak kesekolah atau pekerja kantoran menuju kantor. Saat siang hari sekitar pukul jam 10.00 sampai dengan 03.00 lokasi yang ramai orderan adalah disekitar sekolah, rumah makan dan mall. *Driver* pada siang hari akan lebih mudah mendapatkan order pekerjaan jika berada di lokasi sekitar sekolah tingkat SD atautingkat SMP. Pada siang hari rumah makan dan mall juga lokasi yang ramai orderan, sehingga biasanya pada siang hari *driver* transportasi *online* akan lebih mudah dijumpai.

Lokasi dan waktu yang ramai order pekerjaan *driver* transportasi *online* pada sore sekitar pukul 16.00 sampai dengan pukul 19.00 di lokasi sekitar perkantoran. Pada pukul 16.00 samapai dengan pukul 19.00 adalah waktu pekerja kantoran pulang. *Driver* akan mudah mendapatkan order pekerjaan jika berada disekitar area perkantoran di pusat Kota Semarang. lokasi dan waktu pada malam hari yang ramai orderan adalah pada pukul 19.00 sampai dengan pukul 21.00 di lokasi sekitar stasiun. *Driver* pada malam hari antara pukul 19.00 sampai dengan pukul 21.00 akan banyak dijumpai di sekitar Stasiun Poncol dan Stasiun Tawang. Ada peraturan yang disepakati

antara *driver* transportasi *online* dengan transportasi konvensional. Kesepakatan itu mengenai batas jarak untuk menarik penumpang yang jaraknya minimal 100 meter dari stasiun. Pada malam hari di sekitar rumah makan dan mall juga merupakan tempat yang ramai order pekerjaan *driver* transportasi *online*.

Sistem aplikasi transportasi *online* mampu mendeteksi akun yang terbiasa mendapatkan order disuatu lokasi dan akan mudah mendapatkan order kembali jika *driver* berada di lokasi tersebut. Mengetahui hal tersebut, *driver* akan mencari titik lokasi riwayat order yang pernah dijalani sebelumnya.

BAB VI

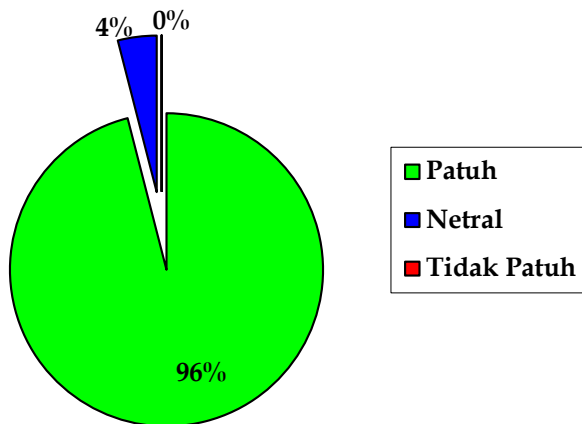
PROFIL PROFESIONALISME DRIVER TRANSPORTASI ONLINE

Pada bab ini akan dianalisis tentang profesionalisme *driver* transportasi *online* di Kota Semarang berdasarkan profesionalisme dalam menaati peraturan, profesionalisme dalam menjaga diri, profesionalisme dalam bersikap baik dan profesionalisme dalam melayani konsumen.

A. Profesionalisme *Driver* dalam Menaati Peraturan

1. Profesionalisme *Driver* Menaati Hukum dan Peraturan Perundang-Undangan yang Berlaku

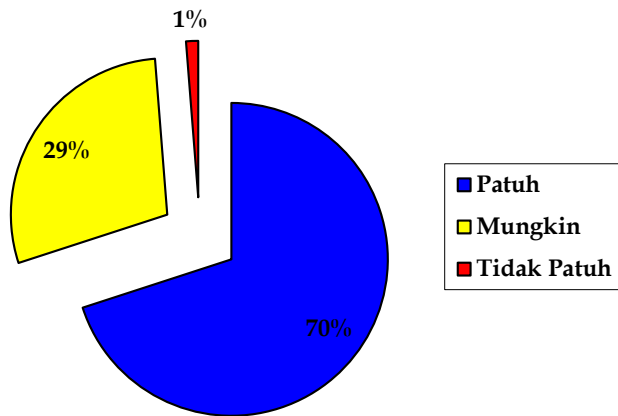
Profesionalisme *driver* transportasi *online* dalam menaati hukum dan peraturan perundang-undangan yang berlaku, peneliti peroleh dari hasil wawancara kepada informan 200 *driver*, yang dapat dilihat dari gambar berikut,



Gambar 7.1 Jawaban *Driver* Tentang Profesionalisme *Driver* Menaati Hukum dan Peraturan Perundang-Undangan yang Berlaku

Berdasarkan gambar 7.1 profesionalisme *driver* transportasi *online* dalam menaati hukum dan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Diketahui sebesar 96% atau sebanyak 192 *driver* menjawab telah menaati hukum dan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Sebesar 4% atau sebanyak 8 *driver* bersikap netral dan 0% tidak patuh.

Peneliti melakukan triangulasi sumber untuk perbandingan keabsahan jawaban *driver* transportasi *online* dengan bertanya kepada informan konsumen transportasi *online* di Kota Semarang sejumlah 160 konsumen. Berikut gambar jawaban konsumen transportasi *online* mengenai kode etik profesionalisme *driver* dalam hukum dan peraturan perundang-undangan yang berlaku,



Gambar 7.2 Jawaban Konsumen Tentang Profesionalisme *Driver* Menaati Hukum dan Peraturan Perundang-Undangan yang Berlaku

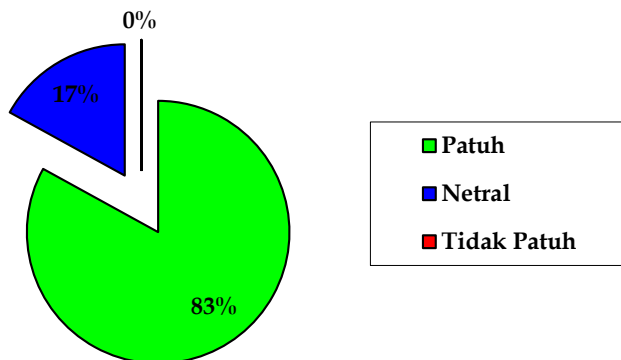
Berdasarkan gambar 7.2 jawaban konsumen tentang kode etik profesionalisme *driver* dalam menaati hukum dan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Diketahui sebesar 70% atau sebanyak 112 konsumen mengatakan *driver* transportasi online telah patuh. Sebesar 29% atau sebanyak 26 konsumen mengatakan *driver* mungkin telah

patuh dan sebesar 1% atau 2 konsumen mengatakan *driver* tidak menaati hukum dan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Jika jawaban *driver* menjelaskan tidak ada satupun *driver* yang melanggar peraturan perundang-undangan yang berlaku, sementara jawaban dari 1% konsumen mengatakan masih terdapat *driver* transportasi *online* yang belum menaati peraturan perundang-undangan yang berlaku.

2. Profesionalisme *Driver* Mematuhi Peraturan Lalu Lintas

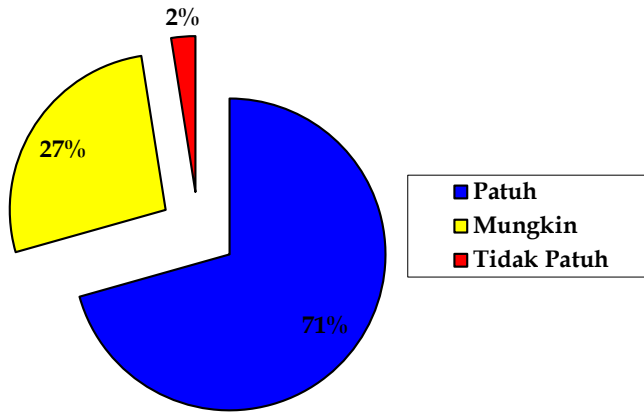
Profesionalisme *driver* transportasi *online* dalam mematuhi peraturan lalu lintas, peneliti memperoleh data dari hasil wawancara secara mendalam kepada informan 200 *driver*, yang dapat dilihat pada chart berikut,



Gambar 7.3 Jawaban *driver* Tentang Profesionalisme *Driver* Mematuhi Peraturan Lalu Lintas

Berdasarkan gambar 7.3 profesionalisme *driver* transportasi *online* dalam mematuhi peraturan lalu lintas. Diketahui sebesar 83% atau sebanyak 166 *driver* menjawab telah mematuhi peraturan lalu lintas. Sebesar 17% atau sebanyak 34 *driver* menjawab bersikap netral terhadap peraturan lalu lintas dan 0% tidak patuh.

Peneliti melakukan triangulasi sumber untuk pembandingan keabsahan jawaban *driver* transportasi *online* dengan bertanya kepada informan konsumen transportasi *online* di Kota Semarang sejumlah 160 konsumen. Berikut gambar jawaban konsumen transportasi *online* mengenai profesionalisme *driver* dalam mematuhi peraturan lalu lintas,



Gambar 7.4 Jawaban Konsumen Tentang Profesionalisme *Driver* Mematuhi Peraturan Lalu Lintas

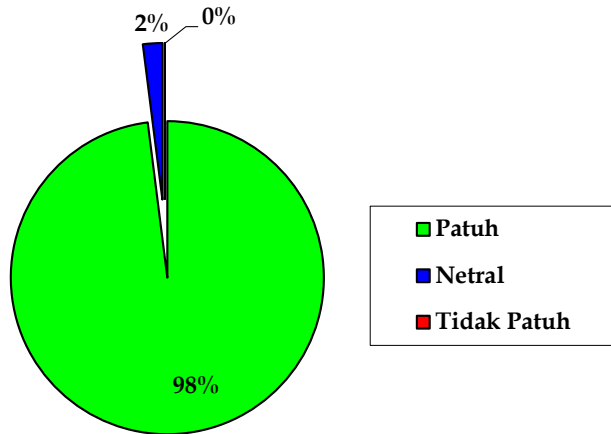
Berdasarkan gambar 7.4 jawaban konsumen tentang profesionalisme *driver* mematuhi peraturan lalu lintas. Diketahui sebesar 70% atau sebanyak 113 konsumen mengatakan *driver* transportasi online telah patuh. Sebesar 27% atau sebanyak 43 konsumen mengatakan *driver* mungkin telah patuh dan sebesar 3% atau 4 konsumen mengatakan *driver* tidak mematuhi peraturan lalu lintas.

Terdapat perbedaan data pelanggaran dari informasi yang disampaikan oleh *driver* transportasi *online* dengan yang diinformasikan oleh konsumen. Jika *driver* semuanya menjawab tidak pernah melanggar lalu lintas akan tetapi konsumen memberikan informasi terdapat beberapa *driver* transportasi *online* yang pernah melanggar lalu lintas. Peneliti selama melakukan observasi dilokasi penelitian juga

sering mendapati *driver* yang melanggar lalu lintas terutama di sekitar stasiun poncol. *Driver* yang menunggu konsumen turun dari kereta berkumpul mengganggu arus lalu lintas, jika mendapatkan konsumen berputar jalan tanpa memperdulikan kepadatan lalu lintas. Sehingga berpotensi terjadi kemacetan dan kecelakaan.

3. Profesionalisme *Driver* Dilarang Mabuk Atau Menggunakan Narkotika

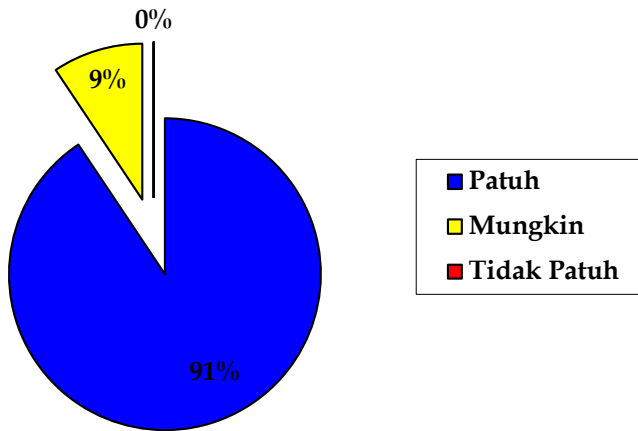
Profesionalisme *driver* transportasi *online* dilarang mabuk atau menggunakan narkotika, peneliti memperoleh data dari hasil wawancara kepada informan 200 *driver*, yang dapat dilihat dari gambar berikut :



Gambar 7.5 Jawaban *Driver* Tentang Profesionalisme *Driver* Dilarang Mabuk Atau Menggunakan Narkotika

Berdasarkan gambar 7.5 profesionalisme *driver* transportasi *online* dilarang mabuk atau menggunakan narkotika. Diketahui sebesar 98% atau sebanyak 196 *driver* menjawab telah mematuhi larangan mabuk atau menggunakan narkotika. Sebesar 2% atau sebanyak 4 *driver* bersikap netral dan 0% tidak patuh.

Peneliti melakukan triangulasi sumber untuk pembandingan keabsahan jawaban *driver* transportasi *online* dengan bertanya kepada informan konsumen transportasi *online* di Kota Semarang sejumlah 160 konsumen. Berikut gambar jawaban konsumen transportasi *online* mengenai kode etik profesionalisme *driver* transportasi *online* dilarang mabuk atau menggunakan narkotika :



Gambar 7.6 Jawaban Konsumen Tentang Profesionalisme *Driver* Dilarang Mabuk Atau Menggunakan Narkotika

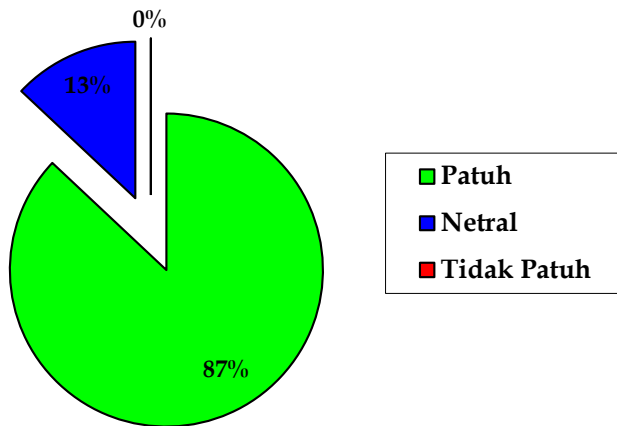
Berdasarkan gambar 7.6 jawaban konsumen tentang profesionalisme *driver* transportasi *online* dilarang mabuk atau menggunakan narkotika. Diketahui sebesar 91% atau sebanyak 145 konsumen mengatakan *driver* transportasi *online* telah patuh. Sebesar 9% atau sebanyak 15 konsumen mengatakan *driver* mungkin telah patuh dan sebesar 0% konsumen mengatakan *driver* tidak patuh terhadap larangan mabuk atau menggunakan narkotika.

Informasi dari *driver* dan konsumen transportasi *online* relatif sama, begitupun dengan observasi yang dilakukan oleh peneliti. *Driver* transportasi *online* ketika sedang bekerja menjadi *driver* tidak ada satupun yang dalam keadaan mabuk atau dalam pengaruh narkotika. Pada profesionalisme *driver* transportasi *online* dilarang mabuk

atau menggunakan narkoba pada *driver* transportasi *online* sudah sangat profesional.

4. Profesionalisme *Driver* Dilarang Mencemarkan Nama Baik Perusahaan atau Konsumen

Profesionalisme *driver* transportasi *online* dilarang mencemarkan nama baik perusahaan atau konsumen, peneliti memperoleh data dari hasil wawancara kepada informan 200 *driver*, yang dapat dilihat dari gambar berikut,

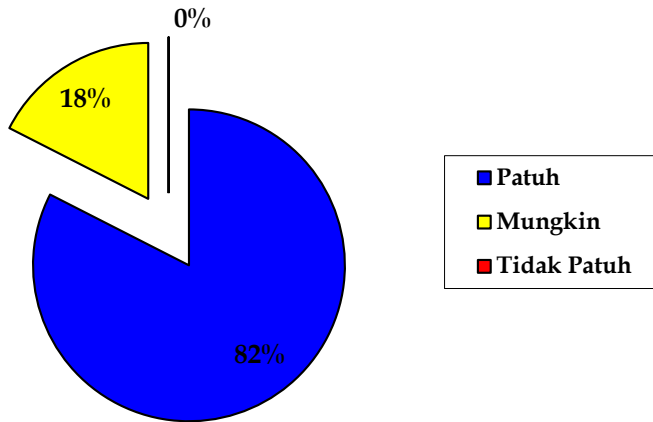


Gambar 7.7 Jawaban *Driver* Tentang Profesionalisme *Driver* Dilarang Mencemarkan Nama Baik Perusahaan atau Konsumen

Berdasarkan gambar 7.7 profesionalisme *driver* transportasi *online* dilarang mencemarkan nama baik perusahaan atau konsumen. Diketahui sebesar 87% atau sebanyak 174 *driver* menjawab telah patuh terhadap larangan mencemarkan nama baik perusahaan atau konsumen. Sebesar 13% atau sebanyak 26 *driver* bersikap netral dan 0% tidak patuh.

Peneliti melakukan triangulasi sumber untuk perbandingan keabsahan jawaban *driver* transportasi *online* dengan bertanya kepada informan konsumen transportasi *online* di Kota Semarang sejumlah 160 konsumen. Berikut

gambar jawaban konsumen transportasi *online* mengenai kode etik profesionalisme *driver* dilarang mencemarkan nama baik perusahaan atau konsumen :



Gambar 7.8 Jawaban Konsumen Tentang Profesionalisme *Driver* Dilarang Mencemarkan Nama Baik Perusahaan atau Konsumen

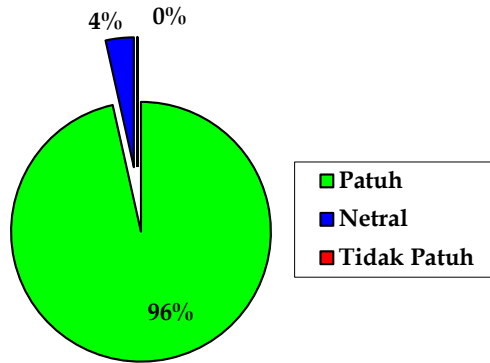
Berdasarkan gambar 7.8 jawaban konsumen tentang profesionalisme *driver* dilarang mencemarkan nama baik perusahaan atau konsumen. Diketahui sebesar 82% atau sebanyak 132 konsumen mengatakan *driver* transportasi online telah patuh. Sebesar 18% atau sebanyak 28 konsumen mengatakan *driver* mungkin telah patuh dan sebesar 0% konsumen mengatakan *driver* tidak patuh terhadap larangan mencemarkan nama baik perusahaan atau konsumen.

Informasi dari *driver* dan konsumen transportasi *online* relatif sama tidak ada satupun *driver* yang mencemarkan nama baik perusahaan atau konsumen, akan tetapi observasi yang dilakukan oleh peneliti masih menemukan beberapa *driver* transportasi *online* yang mencemarkan nama baik perusahaan dimedia sosial khususnya di *facebook*.

B. Profesionalisme dalam Menjaga Diri

1. Profesionalisme *Driver* Dilarang Melakukan Perbuatan yang Membahayakan Diri Sendiri atau Konsumen

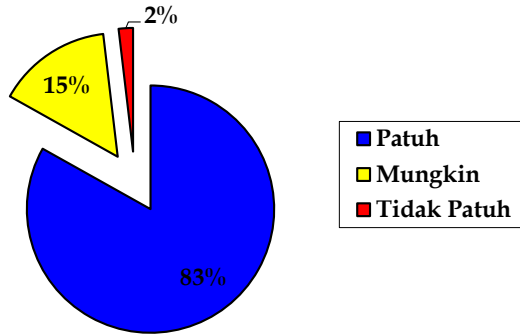
Profesionalisme *driver* transportasi *online* dilarang melakukan perbuatan yang membahayakan diri sendiri atau konsumen, peneliti memperoleh data dari hasil wawancara kepada informan 200 *driver*, yang dapat dilihat dari gambar berikut,



Gambar 7.9 Jawaban *Driver* Tentang Profesionalisme *Driver* Dilarang Melakukan Perbuatan yang Membahayakan Diri Sendiri atau Konsumen

Berdasarkan gambar 7.9 profesionalisme *driver* transportasi *online* dilarang melakukan perbuatan yang membahayakan diri sendiri atau konsumen. Diketahui sebesar 96% atau sebanyak 193 *driver* menjawab telah patuh terhadap larangan melakukan perbuatan yang membahayakan diri sendiri atau konsumen. Sebesar 4% atau sebanyak 7 *driver* bersikap netral dan 0% tidak patuh.

Peneliti melakukan triangulasi sumber untuk pembandingan keabsahan jawaban *driver* transportasi *online* dengan bertanya kepada informan konsumen transportasi *online* di Kota Semarang sejumlah 160 konsumen. Berikut chart jawaban konsumen transportasi *online* mengenai profesionalisme *driver* dilarang melakukan perbuatan yang membahayakan diri sendiri atau konsumen :



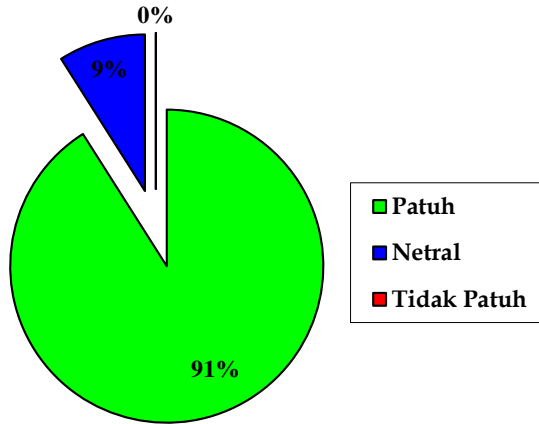
Gambar 7.10 Profesionalisme *Driver* Dilarang Melakukan Perbuatan yang Membahayakan Diri Sendiri atau Konsumen

Berdasarkan gambar 7.10 tentang jawaban konsumen tentang kode etik profesionalisme *driver* dilarang melakukan perbuatan yang membahayakan diri sendiri atau konsumen. Diketahui sebesar 83% atau sebanyak 133 konsumen mengatakan *driver* transportasi online telah patuh. Sebesar 15% atau sebanyak 24 konsumen mengatakan *driver* mungkin telah patuh dan sebesar 2% atau 2 konsumen mengatakan *driver* tidak patuh terhadap larangan melakukan perbuatan yang membahayakan diri sendiri atau konsumen.

Terdapat perbedaan jawaban antara *driver* dengan konsumen transportasi *online*, tentang kode etik profesionalisme *driver* dilarang melakukan perbuatan yang membahayakan diri sendiri atau konsumen. Jawaban dari *driver* tidak ada satupun yang melanggar kode etik, sementara jawaban 2% konsumen mengatakan *driver* pernah melanggar kode etik profesionalisme *driver* dilarang melakukan perbuatan yang membahayakan diri sendiri atau konsumen. Berdasarkan observasi dari peneliti terdapat beberapa *driver* yang berani menerobos lampu lalu lintas ketika seharusnya berhenti, hal ini merupakan perbuatan yang dapat membahayakan diri sendiri atau konsumen.

2. Profesionalisme *Driver* Menjaga Kebersihan, Berpakaian Rapi, Bersepatu, Memakai Atribut

Profesionalisme *driver* transportasi *online* dalam menjaga kebersihan, berpakaian rapi, bersepatu, memakai atribut, peneliti memperoleh data dari hasil wawancara kepada informan 200 *driver*, yang dapat dilihat dari chart berikut :

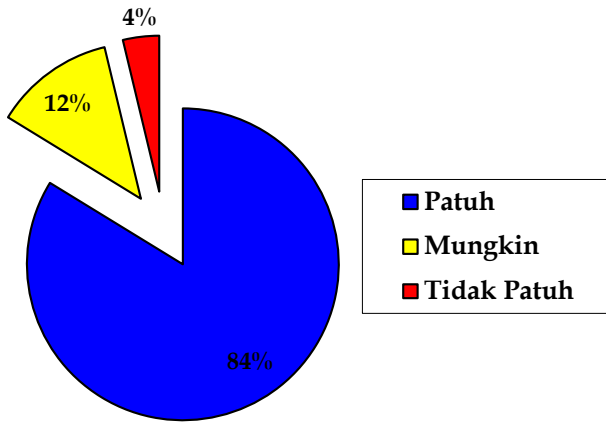


Gambar 7.11 Jawaban *Driver* Transportasi *Online* Tentang Profesionalisme *Driver* Menjaga Kebersihan, Berpakaian Rapi, Bersepatu, Memakai Atribut

Berdasarkan gambar 7.11 profesionalisme *driver* transportasi *online* dalam menjaga kebersihan, berpakaian rapi, bersepatu, memakai atribut. Diketahui sebesar 91% atau sebanyak 182 *driver* menjawab telah patuh menjaga kebersihan, berpakaian rapi, bersepatu, memakai atribut. Sebesar 9% atau sebanyak 18 *driver* bersikap netral dan 0% tidak patuh.

Peneliti melakukan triangulasi sumber untuk pembandingan keabsahan jawaban *driver* transportasi *online* dengan bertanya kepada informan konsumen transportasi *online* di Kota Semarang sejumlah 160 konsumen. Berikut gambar jawaban konsumen transportasi *online* mengenai

profesionalisme *driver* transportasi *online* dalam menjaga kebersihan, berpakaian rapi, bersepatu, memakai atribut,



Gambar 7.12 Jawaban Konsumen Tentang Profesionalisme *Driver* Menjaga Kebersihan, Berpakaian Rapi, Bersepatu, Memakai Atribut

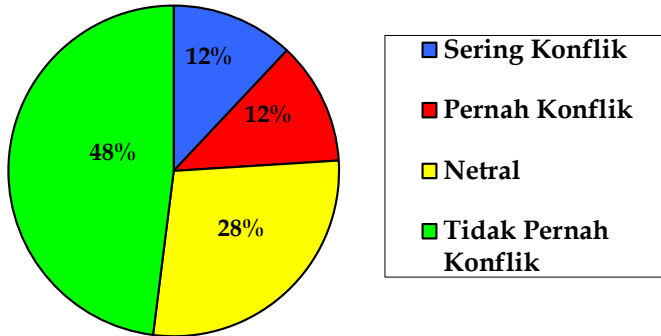
Berdasarkan gambar 7.12 jawaban konsumen tentang profesionalisme *driver* transportasi *online* dalam menjaga kebersihan, berpakaian rapi, bersepatu, memakai atribut. Diketahui sebesar 83% atau sebanyak 134 konsumen mengatakan *driver* transportasi online telah patuh. Sebesar 13% atau sebanyak 20 konsumen mengatakan *driver* mungkin telah patuh dan sebesar 4% atau 6 konsumen mengatakan *driver* tidak mematuhi menjaga kebersihan, berpakaian rapi, bersepatu, memakai atribut.

Terdapat perbedaan jawaban antara *driver* transportasi *online* dengan konsumen mengenai profesionalisme *driver* transportasi *online* dalam menjaga kebersihan, berpakaian rapi, bersepatu, memakai atribut. Jika semua *driver* menjawab tidak ada yang pernah melanggar aturan dalam menjaga kebersihan, berpakaian rapi, bersepatu, memakai atribut akan tetapi konsumen sebesar 4% konsumen masih belum menjaga kebersihan, berpakaian rapi, bersepatu, memakai atribut. Berdasarkan

observasi yang dilakukan oleh peneliti dilokasi penelitian, peneliti melihat sebagian *driver* tidak berpakaian rapi dan tidak menggunakan sepatu.

3. Profesionalisme *Driver* Menghindari Konflik Sosial *Driver* Transportasi *Online*

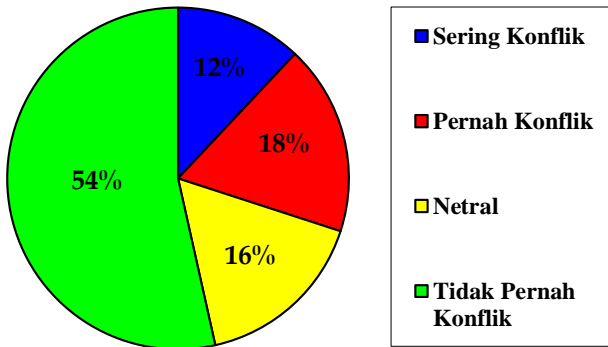
Profesionalisme *driver* menghindari konflik sosial *driver* transportasi *online* dengan transportasi konvensional, peneliti mendapatkan informasi dari hasil wawancara secara mendalam dan observasi secara langsung terhadap informan sejumlah 200 *driver* transportasi *online*. Konflik sosial *driver* transportasi *online* dengan transportasi konvensional dapat dijelaskan dalam gambar berikut,



Gambar 7.13 Jawaban *Driver* Tentang Konflik *Driver* Transportasi *Online* dengan Transportasi Konvensional

Berdasarkan gambar 7.13 konflik *driver* transportasi *online* dengan transportasi konvensional di Kota Semarang. Hasil menunjukkan sebanyak 24 *driver* atau sebesar 12% sering berkonflik dengan transportasi konvensional. Sebanyak 24 *driver* atau sebesar 12% pernah berkonflik dengan transportasi konvensional. Sebanyak 56 *driver* atau sebesar 28% netral dengan transportasi konvensional. Sebanyak 96 *driver* atau sebesar 48% tidak pernah berkonflik dengan transportasi konvensional.

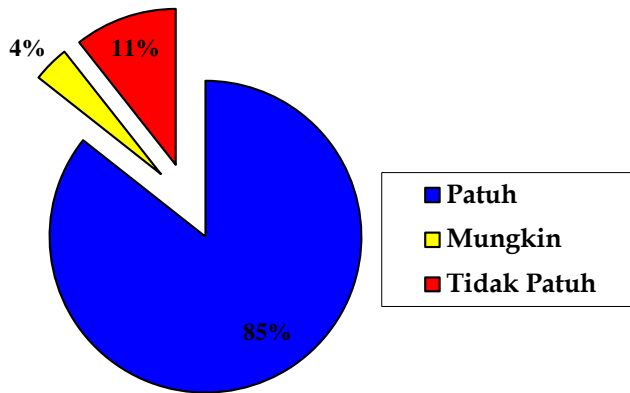
Konflik sosial *driver* dengan konsumen transportasi *online*, peneliti mendapatkan informasi dari hasil wawancara secara mendalam dan observasi secara langsung terhadap informan sejumlah 200 *driver* transportasi *online*. Konflik sosial *driver* transportasi *online* dengan konsumen dapat dijelaskan dalam gambar berikut :



Gambar 7.14 Jawaban *Driver* Tentang Konflik antara *Driver* Transportasi *Online* dengan Konsumen Kota Semarang

Berdasarkan gambar 7.14 konflik antara *driver* transportasi *online* dengan konsumen. Hasil data menunjukkan bahwa sebesar 12% atau sebanyak 24 *driver* sering berkonflik dengan konsumen. Sebesar 18% atau sebanyak 36 *driver* pernah berkonflik dengan konsumen. Sebesar 17% atau sebanyak 33 *driver* netral dengan konsumen. Sebesar 54% atau sebanyak 107 *driver* tidak pernah berkonflik dengan konsumen.

Peneliti melakukan triangulasi sumber untuk perbandingan keabsahan jawaban *driver* transportasi *online* dengan bertanya kepada informan konsumen transportasi *online* di Kota Semarang sejumlah 160 konsumen. Berikut gambar jawaban konsumen transportasi *online* mengenai kode etik profesionalisme *driver* berusaha menjauhi konflik,



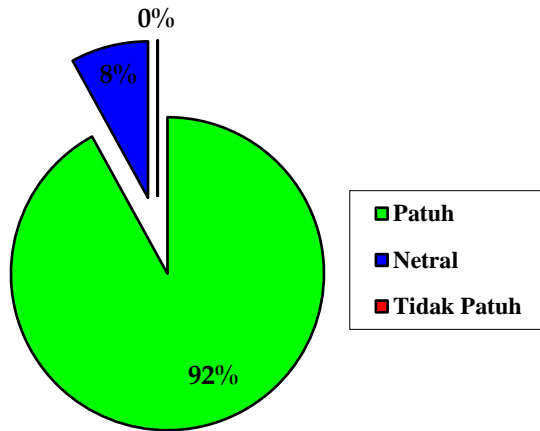
Gambar 7.15 Jawaban Konsumen Tentang Profesionalisme *Driver* Berusaha Menjauhi Konflik

Berdasarkan gambar 7.15 jawaban konsumen tentang kode etik profesionalisme *driver* berusaha menjauhi konflik. Diketahui sebesar 85% atau sebanyak 137 konsumen mengatakan *driver* transportasi online telah patuh. Sebesar 4% atau sebanyak 6 konsumen mengatakan *driver* mungkin telah patuh dan sebesar 11% atau 17 konsumen mengatakan *driver* tidak berusaha menjauhi konflik.

C. Profesionalisme *Driver* dalam Bersikap Baik

1. Profesionalisme *Driver* Dilarang Melakukan Perbuatan Asusila, Penganiayaan, Ancaman Kepada Konsumen

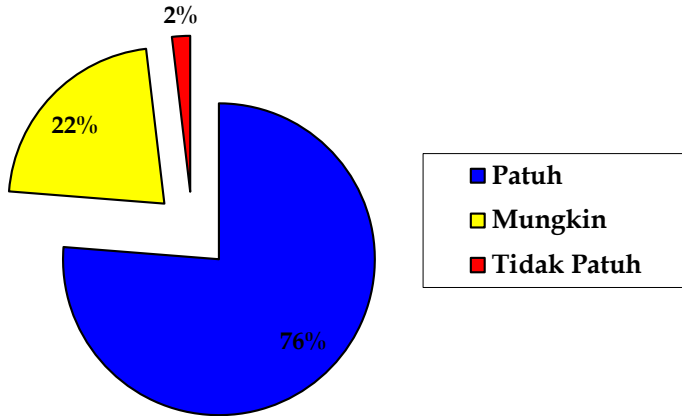
Profesionalisme *driver* transportasi online dilarang melakukan perbuatan asusila, penganiayaan, ancaman kepada konsumen, peneliti memperoleh data dari hasil wawancara kepada informan 200 *driver*, yang dapat dilihat dari gambar berikut,



Gambar 7.16 Jawaban *Driver* Tentang Profesionalisme *Driver* Dilarang Melakukan Perbuatan Asusila, Penganiayaan, Ancaman Kepada Konsumen

Berdasarkan gambar 7.16 profesionalisme *driver* transportasi online dilarang melakukan perbuatan asusila, penganiayaan, ancaman kepada konsumen. Diketahui sebesar 92% atau sebanyak 184 *driver* menjawab telah patuh terhadap larangan melakukan perbuatan asusila, penganiayaan, ancaman kepada konsumen. Sebesar 8% atau sebanyak 16 *driver* bersikap netral dan 0% tidak patuh.

Peneliti melakukan triangulasi sumber untuk pembandingan keabsahan jawaban *driver* transportasi online dengan bertanya kepada informan konsumen transportasi online di Kota Semarang sejumlah 160 konsumen. Berikut gambar jawaban konsumen transportasi online mengenai profesionalisme *driver* dilarang melakukan perbuatan asusila, penganiayaan, ancaman kepada konsumen,



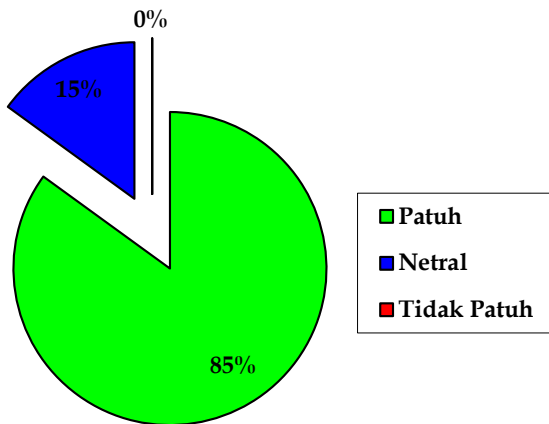
Gambar 7.17 Jawaban Konsumen Tentang Profesionalisme *Driver* Dilarang Melakukan Perbuatan Asusila, Penganiayaan, Ancaman Kepada Konsumen

Berdasarkan gambar 7.17 jawaban konsumen tentang profesionalisme *driver* dilarang melakukan perbuatan asusila, penganiayaan, ancaman kepada konsumen. Diketahui sebesar 76% atau sebanyak 122 konsumen mengatakan *driver* transportasi online telah patuh. Sebesar 22% atau sebanyak 35 konsumen mengatakan *driver* mungkin telah patuh dan sebesar 2% atau 3 konsumen mengatakan *driver* tidak mematuhi larangan melakukan perbuatan asusila, penganiayaan, ancaman kepada konsumen.

Terdapat perbedaan antara informasi dari *driver* dengan konsumen, tentang kode etik profesionalisme *driver* transportasi *online* dilarang melakukan perbuatan asusila, penganiayaan, ancaman kepada konsumen. Jika *driver* menjawab tidak ada satupun *driver* yang melanggar larangan akan tetapi jawaban 2% konsumen menjawab terdapat *driver* yang melanggar kode etik profesionalisme *driver* transportasi *online* dilarang melakukan perbuatan asusila, penganiayaan, ancaman kepada konsumen.

2. Profesionalisme *Driver* Dilarang Meminta Biaya Diluar Tarif yang ditentukan oleh Perusahaan

Profesionalisme *driver* transportasi online dilarang meminta biaya diluar tarif yang ditentukan oleh perusahaan, peneliti memperoleh data dari hasil wawancara kepada informan 200 *driver*, yang dapat dilihat dari chart berikut,

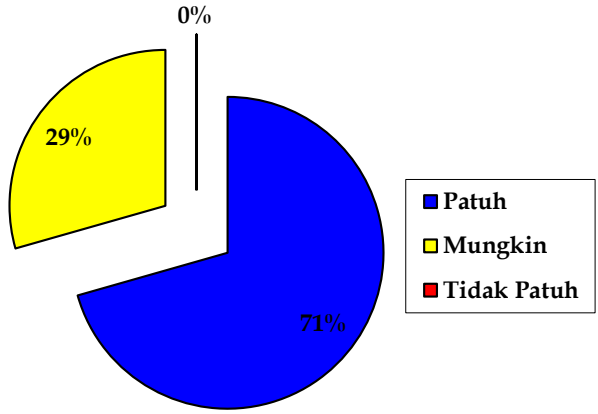


Gambar. 7.18 Jawaban *Driver* Tentang Profesionalisme *Driver* Dilarang Meminta Biaya Diluar Tarif yang Ditentukan oleh Perusahaan

Berdasarkan gambar 7.18 profesionalisme *driver* transportasi *online* dilarang meminta biaya diluar tarif yang ditentukan oleh perusahaan. Diketahui sebesar 85% atau sebanyak 170 *driver* menjawab telah patuh terhadap larangan meminta biaya diluar tarif yang ditentukan oleh perusahaan. Sebesar 15% atau sebanyak 30 *driver* bersikap netral dan 0% tidak patuh terhadap larangan meminta biaya diluar tarif yang ditentukan oleh perusahaan.

Peneliti melakukan triangulasi sumber untuk perbandingan keabsahan jawaban *driver* transportasi *online* dengan bertanya kepada informan konsumen transportasi *online* di Kota Semarang sejumlah 160 konsumen. Berikut gambar jawaban konsumen transportasi *online* mengenai

kode etik profesionalisme *driver* transportasi *online* dilarang meminta biaya diluar tarif yang ditentukan oleh perusahaan



Gambar 7.19 Jawaban Konsumen Tentang Profesionalisme *Driver* Dilarang Meminta Biaya Diluar Tarif yang ditentukan oleh Perusahaan

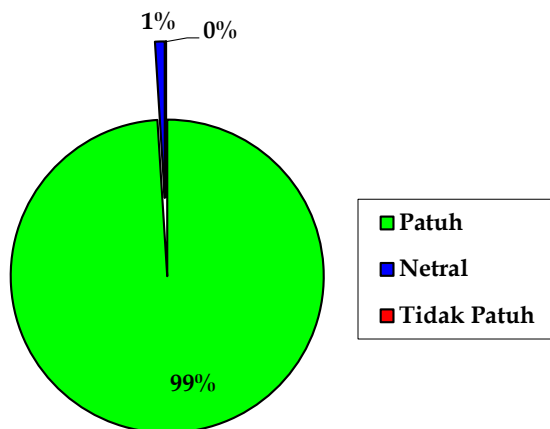
Berdasarkan gambar 7.19 jawaban konsumen tentang profesionalisme *driver* mematuhi peraturan larangan meminta biaya diluar tarif yang ditentukan oleh perusahaan. Diketahui sebesar 71% atau sebanyak 96 konsumen mengatakan *driver* transportasi online telah patuh. Sebesar 29% atau sebanyak 40 konsumen mengatakan *driver* mungkin telah patuh dan sebesar 0% konsumen mengatakan *driver* tidak mematuhi peraturan larangan meminta biaya diluar tarif yang ditentukan oleh perusahaan.

Jawaban dari *driver* dan konsumen transportasi *online* relatif sama, begitupun dari hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti yaitu tidak terdapat *driver* transportasi *online* yang meminta biaya diluar tarif yang ditentukan oleh perusahaan.

D. Profesionalisme *Driver* dalam Melayani Konsumen

1. Profesionalisme *Driver* Memberikan Pelayanan Terbaik Kepada Konsumen

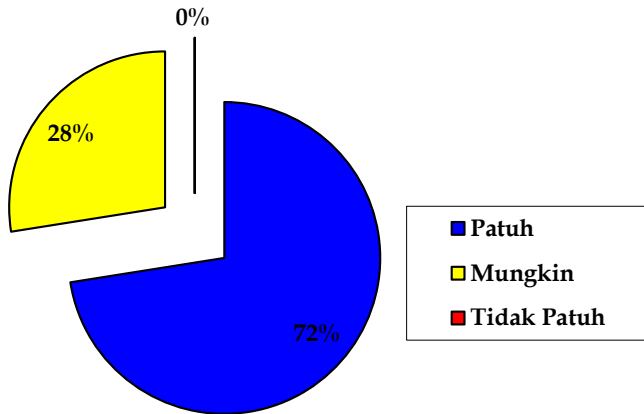
Profesionalisme *driver* transportasi *online* dalam memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen, peneliti peroleh dari hasil wawancara kepada informan 200 *driver*, yang dapat dilihat dari gambar berikut :



Gambar 7.20 Jawaban *Driver* Tentang Profesionalisme *Driver* Memberikan Pelayanan Terbaik Kepada Konsumen

Berdasarkan gambar 7.20 profesionalisme *driver* transportasi *online* dalam memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen. Diketahui sebesar 91% atau sebanyak 198 *driver* menjawab tela mematuhi untuk memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen. Sebesar 1% atau sebanyak 2 *driver* bersikap netral dan 0% tidak patuh.

Peneliti melakukan triangulasi sumber untuk perbandingan keabsahan jawaban *driver* transportasi *online* dengan bertanya kepada informan konsumen transportasi *online* di Kota Semarang sejumlah 160 konsumen. Berikut gambar jawaban konsumen transportasi *online* mengenai kode etik profesionalisme *driver* dalam memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen :



Gambar 7.21 Jawaban Konsumen Tentang Profesionalisme *Driver* Memberikan Pelayanan Terbaik Kepada Konsumen

Berdasarkan gambar 7.21 jawaban konsumen tentang profesionalisme *driver* dalam memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen. Diketahui sebesar 72% atau sebanyak 116 konsumen mengatakan *driver* transportasi online telah patuh. Sebesar 28% atau sebanyak 44 konsumen mengatakan *driver* mungkin telah patuh dan sebesar 0% konsumen mengatakan *driver* tidak memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen.

Jawaban antara *driver* dan konsumen transportasi online mengenai kode etik profesionalisme *driver* transportasi online dalam memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen relatif sama. Semua *driver* transportasi online berusaha memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen.

BAB VII

STRATEGI PENGUATAN PROFESIONALISME DRIVER TRANSPORTASI ONLINE

A. Strategi Penguatan Profesionalisme Driver

Strategi penguatan profesionalisme *driver* transportasi *online* telah dilakukan oleh transportasi *online*. Strategi yang digunakan diantaranya dengan membuat tata tertib untuk *driver*, memberikan penghargaan atau bonus jika bekerja diatas performa dan memberikan sanksi hukuman jika melanggar tata tertib. Strategi yang dilakukan oleh perusahaan transportasi *online* diharapkan dapat memberikan penguatan pada sikap positif yang mematuhi tata tertib sebagai *driver*, hal ini sejalan dengan pendapat Indayani, A., dkk., (2014) berpendapat penguatan positif merupakan pembentukan suatu pola tingkah laku dengan memberikan penghargaan atau penguatan ketika individu melakukan tingkah laku yang diharapkan. Sejalan juga dengan pendapat Wibowo, A. (2015) yang menyatakan pemberian penguatan (*reinforcement*) secara tepat akan membentuk sikap dan perilaku yang positif bagi individu terulang kembali.

Peneliti mendapatkan dokumen dari salah satu perusahaan transportasi *online* yaitu Grab, mengenai tata tertib mitra Grab yang dapat dilihat pada tabel sebagai berikut,

Tabel 8.1 Tata Tertib Mitra Grab

| No. | PELANGGARAN | SANKSI |
|-----|--|------------------------------|
| 1 | Bertikai/melakukan tindakan di luar norma kesopanan/berperilaku kasar baik verbal ataupun non-verbal, fisik ataupun non-fisik, tidak terkecuali tindakan mengancam/mengintimidasi/menakut- | Pemutusan hubungan kemitraan |

| | | |
|---|--|---|
| | nakuti/melecehkan secara SARA/fisik/seksual, dengan cara dan media apapun kepada pihak manapun, baik dengan penumpang/karyawan Grab/sesama mitra Grab/restoran yang terdaftar dalam platform GrabFood/pelanggan/pengguna jalan lainnya | |
| 2 | Melakukan pelecehan seksual dan non seksual kepada penumpang baik secara langsung, telepon, sms atau cara apapun | Pemutusan hubungan kemitraan |
| 3 | Tidak menginformasikan 10 hari sebelumnya kepada pihak Grab bahwa SIM/KTP/STNK akan segera berakhir masa berlakunya atau saat dokumen tersebut hilang | Pembekuan akun hingga data diperbarui (Mitra harus datang ke kantor Grab) |
| 4 | Menggunakan aplikasi Grab yang berasal dari sumber yang tidak resmi atau aplikasi lain yang bisa mengganggu/merugikan/mencurangi pihak manapun tidak terkecuali pihak Grab | Pemutusan hubungan kemitraan |
| 5 | Menggunakan perangkat yang diubah tingkat keamanan dasarnya (contoh: Android Root / iOS Jailbreak) | Pemutusan hubungan kemitraan |
| 6 | Menghubungi pelanggan/penumpang/restoran yang | Pemutusan hubungan kemitraan |

terdaftar dalam platform GrabFood untuk alasan yang tidak berhubungan dengan layanan aplikasi Grab melalui media apapun seperti melalui sms, telepon, surat, email, aplikasi pengirim pesan, media sosial atau lainnya, baik berupa teks, suara, gambar hingga video

| | | |
|----|--|---|
| 7 | Menyebarkan data/informasi pribadi milik penumpang/ pelanggan/ mitra Grab lainnya/restoran yang terdaftar dalam platform GrabFood melalui media apapun (contoh: media online, media cetak, aplikasi pengirim pesan, dan lainnya) | Pemutusan hubungan kemitraan |
| 8 | Memiliki penumpang/pesanan langganan | Pemutusan hubungan kemitraan |
| 9 | Meminjamkan maupun melakukan jual beli akun Mitra Grab | Pemutusan hubungan kemitraan |
| 10 | Mencurangi atau memanipulasi sistem Grab milik sendiri atau orang lain untuk alasan apapun, termasuk untuk mendapatkan order/uang tambahan/bonus/insentif | Pemutusan hubungan kemitraan dan dilaporkan ke pihak berwajib |
| 11 | Ikut serta dalam demonstrasi ilegal apapun terhadap Grab | Pemutusan hubungan kemitraan dan |

| | | |
|-----------|---|---|
| | serta memprovokasi mitra lain untuk melakukan kegiatan yang dapat merusak fasilitas umum atau merugikan pihak lain, dan atau merugikan pihak manapun tidak terkecuali pihak Grab (contoh: tindakan anarkis, perusakan fasilitas, razia, memboikot penggunaan aplikasi Grab) | dilaporkan ke pihak berwajib |
| 12 | Penumpang mengeluhkan/mengadu ke Pihak Berwajib (contoh: Polisi) dan Mitra dinyatakan bersalah | Pembekuan akun hingga dinyatakan tidak terbukti bersalah dan/atau pemutusan hubungan kemitraan bila dinyatakan bersalah |
| 13 | Menyebarkan atau membujuk orang lain untuk menyebarkan berita tidak benar/bohong/palsu yang dapat merusak nama baik perusahaan ataupun karyawannya baik secara langsung (contoh: orasi di depan publik) maupun tidak langsung melalui media apapun (contoh: media sosial, media cetak), sehingga menimbulkan keresahan bagi Mitra Grab dan atau kerugian bagi pihak manapun termasuk Grab | Pemutusan hubungan kemitraan |
| 14 | Menawarkan dan memberikan barang atau | Pemutusan hubungan kemitraan |

| | | |
|----|--|------------------------------|
| | uang kepada Staff Grab yang bertujuan untuk melanggar peraturan | |
| 15 | Melakukan dan/atau menyelesaikan order/pesanan tanpa menjemput penumpang | Pemutusan hubungan kemitraan |
| 16 | Menyalahgunakan akun pengguna layanan Grab (Aplikasi Grab) tidak terkecuali dengan menggunakan media lainnya (<i>partner platform</i> /aplikasi selain Grab) untuk melakukan order fiktif untuk keperluan sendiri maupun untuk orang lain, baik dilakukan sendiri maupun bekerjasama dengan pihak lain (contoh: Mitra Grab lainnya, restoran partner, pemilik toko) | Pemutusan hubungan kemitraan |
| 17 | Melakukan tindakan kriminal/pidana terhadap penumpang atau siapapun baik selama perjalanan maupun setelahnya (contoh: melakukan kekerasan, penganiayaan, pelecehan, meneror, pencurian, pembunuhan, dll) | Pemutusan hubungan kemitraan |
| 18 | Ditemukan atau dilaporkan membawa senjata api/tajam dan atau obat-obat terlarang saat sedang membawa penumpang | Pemutusan hubungan kemitraan |

| | | |
|----|---|---|
| 19 | Mengemudi dalam pengaruh alkohol atau NAPZA (Narkotika, Psikotropika dan Zat Adiktif lainnya) | Pemutusan hubungan kemitraan |
| 20 | Terlibat kasus yang membutuhkan investigasi baik secara langsung maupun tidak langsung saat menjalankan sebuah layanan, termasuk sulit diajak bekerjasama / tidak kooperatif / secara sengaja memperlambat proses investigasi | Pembekuan akun hingga dinyatakan tidak terbukti bersalah dan/atau pemutusan hubungan kemitraan bila dinyatakan bersalah |
| 21 | Teridentifikasi menggunakan dokumen yang dipalsukan termasuk identitas diri (contoh dokumen: KTP, SIM, KK, SKCK, dll.) | Pembekuan akun hingga verifikasi dilakukan |

Sumber : Grab Indonesia (2020)

Apabila *driver* bekerja sesuai dengan target dan bekerja secara profesional, maka *driver* akan diberikan bonus atau insentif dari perusahaan, berikut skema perhitungan bonus atau insentif dari perusahaan Gojek dan Grab,

Tabel. 8.2 Perhitungan Bonus Gojek Motor

| Hari | Jumlah Poin/Bonus | Catatan |
|--------------|---|---|
| Senin-Minggu | <ul style="list-style-type: none"> ▪ 14 Poin = Rp 15.000 ▪ 16 Poin = Rp 25.000 ▪ 20 Poin = Rp 40.000 | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Dalam 1 hari yang sama menyelesaikan order (total 20 poin), maksimal bonus yang akan diterima adalah Rp 80.000/hari |

Sumber : Gojek Indonesia (2019)

Tabel. 8.3 Skema Bonus Gojek Mobil

| Hari | Jumlah Poin/Bonus | Catatan |
|---------------------|---|--|
| Senin-Minggu | <ul style="list-style-type: none"> ▪ 11 Poin = Rp 60.000 ▪ 16 Poin = Rp 80.000 ▪ | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Dalam 1 hari yang sama menyelesaikan order (total 16 poin), maksimal bonus yang akan diterima adalah Rp 140.000/hari |

Sumber : Gojek Indonesia (2019)

Tabel. 8.4 Skema Bonus Grab Motor

| | Senin-Jum'at 24 jam/hari | Sabtu - Minggu 24 jam/hari |
|----------------------|-------------------------------------|---------------------------------------|
| Trip/hari | Bonus Harian | |
| 4-7 | 25.000 | 25.000 |
| 8-11 | 65.000 | 70.000 |
| 12-15 | 110.000 | 115.000 |
| 16 atau lebih | 160.000 | 170.000 |

Sumber Grab Indonesia (2019)

Tabel 8.5 Skema Bonus Grab Mobil Kota Semarang

| | Senin-Jum'at Jam 06.00- 11.59 | Senin - Jum'at Jam 12.00 - 21.59 | Sabtu - Minggu Jam 06.00 - 21.59 |
|----------------------|--|---|---|
| Trip/hari | Bonus Harian | | |
| 3-5 | 25.000 | 30.000 | 35.000 |
| 6-8 | 50.000 | 60.000 | 75.000 |
| 9-11 | 125.000 | 140.000 | 175.000 |
| 12 atau lebih | 220.000 | 240.000 | 300.000 |

Sumber Grab Indonesia (2019)

Driver dapat mendapatkan bonus/ insentif di atas harus memenuhi syarat dan ketentuan sebagai berikut :

- a. Tingkat Penerimaan (di akhir minggu): min 75%
- b. Tingkat Pembatalan (di akhir minggu): max 10% (hanya dari Mitra)
- c. Rating bintang (di akhir minggu): min 4.5
- d. Tidak melakukan pelanggaran Kode Etik Profesionalisme / Tata tertib *driver*
- e. Insentif ini HANYA berlaku di kota Semarang
- f. Pembagian hasil berlaku untuk insentif yang diterima (85% untuk Mitra, 15% untuk Grab, dan 80% untuk Mitra, 20% untuk Gojek)

Upaya yang dilakukan oleh perusahaan transportasi *online* untuk membuat *driver* transportasi *online* sudah cukup baik, namun masih terdapat beberapa *driver* yang belum profesional. Peneliti setelah melakukan penelitian menemukan strategi penguatan profesionalisme *driver* dengan membuat stiker karikatur "*Driver* **PROFESIONAL**", yang dapat dilihat sebagai berikut,

Gambar. 8.1 Stiker Karikatur *Driver* Profesional



Stiker karikatur *driver* profesional ini bergambarkan seorang *driver* yang menggunakan atribut khas *driver* transportasi *online*. Warna hijau mencerminkan warna khas transportasi *online* di Indonesia yaitu warna utama dua perusahaan besar Gojek dan Grab. *Background* bangunan lawang sewu dan tuu muda mencerminkan lokasi *driver* di Kota Semarang. Tulisan **PROFESIONALISME** sesuai dengan tema penelitian yang ingin menemukan strategi penguatan profesionalisme *driver* transportasi *online*. Masing-masing kata yang membentuk tulisan **PROFESIONALISME** merupakan singkatan dari Peduli, Ramah, *On time*, *Fashionable*, Etika, Semangat, Inisiatif, Optimis, Norma, Amanah, Luwes.

Peduli mempunyai makna *driver* harus peduli dengan keselamatan dirinya sendiri dan konsumen ketika sedang bekerja, hal ini merupakan tata tertib *driver* sebagai salah satu profesionalisme yang harus dimiliki *driver* transportasi *online* untuk tidak membahayakan diri sendiri maupun konsumen. **Ramah** mempunyai makna *driver* transportasi *online* harus bersikap ramah kepada siapapun, khususnya kepada konsumen, hal ini bagian dari tata tertib *driver* sebagai bentuk profesionalisme *driver* transportasi *online*. **Ontime** mempunyai makna tepat waktu ketika tiba untuk menjemput konsumen, ketika menyelesaikan pekerjaan mengantarkan makanan atau ketika menyelesaikan pekerjaan mengirimkan barang. Ketepatan waktu merupakan salah satu kelebihan transportasi *online* dibandingkan transportasi konvensional. **Fashionable** mempunyai makna *driver* harus berpakaian rapi, bersih, menggunakan atribut dan menggunakan sepatu. *Driver* harus memperhatikan penampilan dalam berpakaian agar konsumen merasa nyaman.

Etika mempunyai makna *driver* senantiasa harus menjunjung tinggi etika dalam berbicara dan bersikap baik ketika berkomunikasi, terutama kepada konsumen. Menjunjung tinggi etika merupakan bagian dari tata tertib *driver* sebagai bentuk profesionalisme *driver*. **Semangat** mempunyai *driver* harus memiliki semangat tinggi ketika bekerja. Semakin *driver* memiliki semangat yang tinggi maka semakin tinggi kemungkinan *driver* akan mendapatkan jumlah pendapatan dan bonus yang tinggi pula. **Inisiatif** mempunyai makna *driver* harus memiliki inisiatif harus bersikap sesuai dengan situasi dan kondisi. Saat musim hujan *driver* motor harus berinisiatif menyediakan jas hujan untuk konsumennya. **Optimis** mempunyai makna *driver* harus memiliki optimis untuk dapat menyelesaikan pekerjaan dengan baik, semakin banyak pekerjaan yang diselesaikan maka akan semakin banyak pula bonus yang didapatkan. **Norma** mempunyai makna *driver* harus menaati norma atau aturan yang berlaku, baik aturan hukum dan perundang-undangan, aturan lalu

lintas maupun aturan yang berlaku dimasyarakat. Semakin tinggi *driver* menaati norma maka semakin tinggi pula tingkat profesionalisme *driver*. **Amanah** mempunyai makna *driver* transportasi *online* harus menjaga kepercayaan konsumen dan perusahaan transportasi *online*. *Driver* harus bersikap jujur dan bertanggung jawab dalam menyelesaikan pekerjaan, harus selalu menjauhi sikap curang yang dapat mengurangi profesionalisme *driver* transportasi *online*. **Luwes** mempunyai makna *driver* transportasi *online* harus memiliki sikap yang luwes, mudah bergaul dan tidak kaku ketika sedang berkomunikasi dengan konsumen. *Driver* mengetahui harus berbicara apa yang dapat menimbulkan kehangatan dengan konsumen namun juga tidak boleh terlalu berlebihan yang membuat konsumen kurang nyaman.

Stiker karikatur "**Driver PROFESIONAL**" nantinya akan dipasang di motor atau mobil *driver* transportasi *online* di Kota Semarang. Stiker Karikatur "**Driver PROFESIONAL**" akan mudah terlihat oleh *driver* dan selalu memberikan pesan untuk selalu menguatkan profesionalisme *driver*. Stiker karikatur "**Driver PROFESIONAL**" yang telah dipasang juga sebagai komitmen bahwa *driver* transportasi *online* akan bersikap profesional terutama untuk memberikan layanan terbaik kepada konsumen.

B. Implikasi Teori dan Analisis

Seseorang dalam memilih menjadi *driver* transportasi *online* memiliki motif atau alasan, setidaknya karena motif ekonomi, motif interaksi sosial, motif pengembangan diri dan motif menambah jejaring sosial. Adanya motif dari *driver* transportasi *online* selama menjalankan pekerjaannya, baik ketika dia berinteraksi dengan konsumen, maupun sesama *driver* transportasi *online* sejalan dengan Teori tindakan sosial Max Weber (1961) mengemukakan bahwa tindakan manusia dianggap sebagai sebuah bentuk tindakan sosial apabila tindakan itu dilakukan pada orang lain. Max Weber berpendapat yang dimaksud dengan tindakan sosial itu adalah

tindakan individu sepanjang tindakannya itu mempunyai makna atau arti subjektif bagi dirinya dan diarahkan kepada tindakan orang lain. Sebaliknya tindakan individu yang diarahkan kepada benda mati atau objek fisik semata tanpa di hubungkannya dengan tindakan orang lain bukan merupakan tindakan sosial. Tindakan individu dan realitas sosial harus dilihat sebagai asosiasi individu dan tindakan sosial mengacu pada semua perilaku manusia yang memberikan makna subyektif terhadap tindakan tersebut. Hasil penelitian menguatkan teori Max Weber (1961).

Berkembangnya teknologi sistem kerja aplikasi transportasi online telah mempengaruhi perubahan sosial dimasyarakat, mempengaruhi *driver* dan konsumen transportasi *online* untuk dapat menyesuaikan diri dengan penggunaan aplikasi. Hal ini sesuai dengan teori perubahan sosial Harper (1989) yang mengemukakan inovasi sebagai proses perubahan, salah satu cara mengkonseptualisasikan proses perubahan adalah sebagai penemuan penemuan kebaruan, komunikasinya dengan yang lain, dan adopsi dalam sistem sosial masyarakat. Bagaimana inovasi terjadi, bagaimana penyebarannya, dan ketika orang mengadopsi atau menolaknya bukanlah hal yang sederhana. Dari sudut pandang orang-orang yang mempromosikan inovasi, orang-orang sering tampak secara irasional menolak perubahan yang paling sederhana. Bahwa inovasi diciptakan oleh masyarakat untuk menyelesaikan permasalahan yang dihadapi, munculnya inovasi dan kreatifitas menimbulkan dampak perubahan sosial dimasyarakat apabila diterapkan, disatu sisi pihak masyarakat yang menolak terhadap inovasi akan berusaha menyuarakan ketidaksetujuannya untuk mempertahankan kehidupan sosial yang sebelumnya. Hasil penelitian ini menguatkan teori perubahan sosial Harper (1989).

Perusahaan membuat serangkaian standar operasional prosedur bagi *driver* agar dapat profesional dalam menjalankan pekerjaannya. Tindakan profesional *driver* diharapkan akan membuat keteraturan, kepuasan konsumen yang berpengaruh

pada mulusnya sistem transportasi *online*. Hal ini sejalan dengan teori fungsional Parsons (1968) yang menyatakan suatu fungsi merupakan kumpulan kegiatan yang ditunjukkan untuk memenuhi kebutuhan tertentu atau kebutuhan sistem, parsons meyakini suatu sistem harus mempunyai empat fungsi yaitu 1) *Adaptation*, sistem harus menyesuaikan diri dengan lingkungan dan menyesuaikan lingkungan sesuai kebutuhan. 2) *Goal attainment*, suatu sistem harus mencapai tujuan yang dikehendakinya. 3) *Integration*, sistem harus terintegrasi mengatur antar hubungan bagian-bagian yang menjadi komponennya. 4) *Latency*, suatu sistem harus memelihara, memperbaiki dan meningkatkan motivasi individu atau menciptakan pola-pola kultural yang menopang motivasi. Hasil penelitian ini

BAB VIII

PENUTUP

Berdasarkan hasil kajian dan pembahasan penguatan profesionalisme *driver* transportasi *online* di Kota Semarang, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut : 1) Data *driver* transportasi *online* di Kota Semarang meliputi tingkat usia, mayoritas *driver* berusia antara 17 sampai dengan 38 tahun sebesar 67%. Tingkat pendidikan *driver* mayoritas berpendidikan SMA/SMK sebanyak 68%. Latar belakang pekerjaan *driver* sebelumnya mayoritas adalah karyawan sebesar 36%. Jenis *driver* transportasi *online* di Kota Semarang mayoritas *driver* sampingan sebesar 56%. Waktu menjadi *driver* transportasi *online* mayoritas antara 1 sampai dengan 2 tahun sebesar 85%, dan pendapatan *driver* transportasi *online* di Kota Semarang mayoritas pendapatannya diantara lebih dari Rp. 100.000 sampai dengan Rp. 200.000 sebesar 46%. 2) Motif seseorang memilih berprofesi sebagai *driver* transportasi *online* karena motif ekonomi, motif interaksi sosial, motif pengembangan diri dan motif menambah jejaring sosial. 3) Sistem kerja aplikasi dan mobilisasi *driver* transportasi *online* di Kota telah mempengaruhi perubahan sosial dimasyarakat, mempengaruhi *driver* dan konsumen transportasi *online* untuk dapat menyesuaikan diri dengan penggunaan aplikasi. 4) Profil profesionalisme *driver* transportasi *online* di Kota Semarang meliputi menaati peraturan, menjaga diri, bersikap baik dan melayani konsumen. Profesionalisme *driver* dibutuhkan dalam memastikan sistem transportasi *online* dapat berjalan dengan baik. 5) Strategi penguatan profesionalisme yang dilakukan oleh perusahaan transportasi *online* meliputi membuat tata tertib *driver*, penerapan penghargaan atau bonus jika bekerja diatas performa dan sanksi jika melanggar tata tertib. Strategi yang dijalankan perusahaan transportasi *online* belum sepenuhnya berhasil membuat *driver* profesional, oleh karena

itu peneliti menemukan strategi penguatan profesional *driver* transportasi *online* dengan menempelkan stiker karikatur *driver online* **PROFESIONAL**, yang merupakan singkatan dari **P**eduli, **R**amah, **O**ntime, **F**ashionable, **E**tika, **S**emangat, **I**nisiatif, **O**ptimis, **N**orma, **A**manah, **L**uwes.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, L. (2019). Analisis Aplikasi Mobile Transportasi Online Menggunakan User Experience Questionnaire pada Era Milenial dan Z (Analysis of Mobile Transport Online Applications Using the User Experience Questionnaire in the Millennial and Z Era). *JSINBIS (Jurnal Sistem Informasi Bisnis)*, 2.
- Abidin, A. K. (2018). Internal Control Implementation in The Revenue Cycle–A Case Study an Online Transportation Company.
- Adi, V. B. S., & Suryawardana, E. (2019). Perilaku Konsumen dalam Menggunakan Jasa Transportasi Ojek Online di Semarang. *Solusi*, 16(4).
- Aditya Kurniawan, D. E., Pangestuti, E., & Rahma Devita, L. D. (2018). Pengaruh International Brand Image dan Persepsi Harga Terhadap Minat Penggunaan Ulang (Survei Pada Konsumen Layanan Grabcar di Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 65(1), 9-16.
- Affan, B. (2019). Analisis Yuridis Atas Hak dan Kewajiban Para Pihak dalam Perjanjian Antara Driver/Pemilik Kendaraan dengan Perusahaan Penyedia Jasa Aplikasi Transportasi Online. *PREMISE LAW JURNAL*, 7.
- Affandi, D., & Sofiati, N. (2020). Dampak Sistem Bonus Dan Tarif PT. Gojek Terhadap Kualitas Pelayanan Transportasi Berbasis Online “Gojek”. *Jurnal Enersia Publika: Energi, Sosial, dan Administrasi Publik*, 3(1).
- Agatz, N., Erera, A., Savelsbergh, M., & Wang, X. (2012). Optimization for dynamic ride-sharing: A review. *European Journal of Operational Research*, 223(2), 295-303.
- Agustian, R. (2019). Analisis Kepuasan Konsumen Muslim Terhadap Pelayanan Ojek Online (GRAB)(Studi Masyarakat Kelurahan Pekan Sabtu Provinsi Bengkulu) (IAIN BENGKULU).
- Ahmad, S. B. (2018). Hubungan Antara Komitmen Organisasi dengan Disiplin Kerja pada Driver Transportasi Online Gojek di Kota Bekasi (Universitas Bhayangkara Jakarta Raya).

- Ahmadi, M., Hairul, H., & Kurniaty, K. (2019). *Analisis Inovasi Fitur Pelayanan Pada Aplikasi Dalam Meningkatkan Kualitas Kinerja Driver Ojek Online PT. GOJEK INDONESIA BANJARMASIN* (Universitas Islam Kalimantan).
- Agusti, R., & Pertiwi, N. P. (2013). Pengaruh Kompetensi, Independensi dan Profesionalisme Terhadap Kualitas Audit (Studi Empiris Pada Kantor Akuntan Publik Se Sumatera). *Jurnal Ekonomi*, 21(03).
- Akmal, A., & Lubis, M. H. (2018). Strategi Promosi Pada Politeknik LP3I Medan. *Jurnal Bis-A: Jurnal Bisnis Administrasi*, 3(2), 1-9.
- Alamsyah, A., & Rachmadiansyah, I. (2018). Mapping online transportation service quality and multiclass classification problem solving priorities. In *Journal of Physics: Conference Series* (Vol. 971, No. 1, p. 012021). IOP Publishing.
- Alfadri, F. (2018). *Pengaruh Adanya Transportasi Online Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Melalui Variabel Pengangguran Di Kota Medan* (Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan).
- Al Hasin, M. B. A. (2017). Pengaruh Inovasi Melalui Media Online Terhadap Kepercayaan Merek, Loyalitas Merek, dan Kepuasan Pelanggan. *Uii.ac.id*
- Ali, M., Kharis, A., & Karlina, D. (2019). Faktor-Faktor yang Menjadi Pertimbangan dalam Penggunaan Jasa Ojek Online (Go-Jek) di Kota Mataram. *Jurnal Ilmu Administrasi Publik (JIAP)*, 6(2), 75-84.
- Alawiah, E. T. (2017). Rancangan Aplikasi Smart City Berbasis Mobile Untuk Meningkatkan Kualitas Layanan Publik Studi Kasus Pemkot Bogor. *Jurnal Teknik Komputer*, 3(1), 24-29.
- Alwisol, M. (2004). Psikologi kepribadian. *Malang: Universitas Muhammadiyah Malang*.
- Amajida, F. D. (2016). Kreativitas digital dalam masyarakat risiko perkotaan: Studi tentang ojek online "Go-Jek" di Jakarta. *Informasi*, 46(1), 115-128.
- Amalia, P. (2019). *Perlindungan Konsumen Undang-Undang No. 8 tahun 1999 terhadap Pelecehan oleh Mitra Grab Jasa*

- Transportaasi Online* (Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar).
- Aminah, S. (2009). Transportasi Publik Dan Aksesibilitas Masyarakat Perkotaan. *Q-Journal*, Vol 20(1), 1-13. <https://doi.org/10.1016/j.gca.2006.04.005>
- Andrianus, F., & Yunekha, G. (2019). Analisis Kesejahteraan Driver Go-Jek di Kota Padang (Pendekatan Objektif dan Subjektif). *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*, 21(1), 1-12.
- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif*. CV Jejak (Jejak Publisher).
- Angraini, P. A. (2018). *Studi Komparatif Pelayanan Taksi Online dan Taksi Konvensional Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Taksi Puspa Jaya di Bandar Lampung)* (UIN Raden Intan Lampung).
- Anindhita, W., Arisanty, M., & Rahmawati, D. (2016). Analisis Penerapan Teknologi Komunikasi Tepat Guna Pada Bisnis Transportasi Ojek Online (Studi pada Bisnis Gojek dan Grab Bike dalam Penggunaan Teknologi Komuniiasi Tepat Guna untuk Mengembangkan Bisnis Transportasi). In *Prosiding Seminar Nasional INDOCOMPAC*.
- Arganata, A. (2018). *Representasi Identitas Anak Muda dalam Iklan Layanan Transportasi Online Berbasis Aplikasi Mobile (Studi Semiotika Terhadap Iklan)* (Universitas Airlangga).
- Arindyah, S. W. (2018). *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jasa Transportasi online (Studi Kasus PT. Go-Jek Indonesia Cabang Madiun)* (IAIN Ponorogo).
- Arisanty, M. (2016). Analisis Penerapan Teknologi Komunikasi Teapat Guna pada Bisnis Transportasi Ojek Online. *Prosiding Seminar Nasional INDOMPAC*, 2, 712-729.
- Ariyani, N. I., & Nurcahyono, O. (2018). Digitalisasi Pasar Tradisional: Perspektif Teori Perubahan Sosial. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 3(1).
- Arofah, A. F. S. (2019). Eksistensi Driver Ojek Online Wanita sebagai Bentuk Kesetaraan Gender. *Jurnal Sosiologi Nusantara*, 5(2), 171-183.

- Asmadi, E. (2019). Regulasi Mandiri Transportasi Online Dalam Pembayaran Pesanan Makanan Atas Konsumen Yang Ingkar Janji. *DE LEGA LATA: Jurnal Ilmu Hukum*, 4(1), 103-118.
- Astari, P. W., & Griadhi, N. M. A. Y. (2019). Tanggung Jawab PT Solusi Transportasi Indonesia (Grab) atas Kerugian Akibat Kecelakaan Pengemudi. *Kertha Negara: Journal Ilmu Hukum*, 7(12), 1-15.
- Ayu, K. S. (2019). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Driver Go-Jek di Kota Payakumbuh* (Universitas Andalas).
- Azizah, A., & Adawia, P. R. (2018). Analisis Perkembangan Industri Transportasi Online di Era Inovasi Disruptif (Studi Kasus PT Gojek Indonesia). *Cakrawala-Jurnal Humaniora*, 18(2), 149-156.
- Azzuhri, A. A., Syarafina, A., Yoga, F. T., & Amalia, R. (2018). A Creative, Innovative, and Solutive Transportation for Indonesia with Its Setbacks and How to Tackle Them: A Case Study of the Phenomenal GOJEK. *Review of Integrative Business and Economics Research*, 7, 59-67.
- Benevolo, C., Dameri, R. P., & D'Auria, B. (2016). Smart mobility in smart city. In *Empowering Organizations* (pp. 13-28). Springer, Cham.
- Berg, S. (2006). Snowball sampling 1-Sequential estimation of the mean in finite population to Steiner's most frequent value. *Encyclopedia of Statistical Sciences*, 12.
- Berlianto, M. P. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan-E, Kepuasan-E, Dan Kepercayaan-E Terhadap Kesetiaan-E Pada Gojek. *Business Management Journal*, 13(1).
- Bogdan, R., & Biklen, S. (1994). *Investigação qualitativa em educação: uma introdução à teoria e aos métodos*. Porto editora.
- Bogdan, R., & Taylor, S. J. (1990). Looking at the bright side: A positive approach to qualitative policy and evaluation research. *Qualitative Sociology*, 13(2), 183-92.

- Brieger, W. R. (2004). Motorcycle Taxis and Road Safety in Southwestern Nigeria. *Quarterly of Community Health Education Center*, Vol. 22(1), 17-31.
- Briskarisma, L. (2019). *Register Driver Ojek Online di Media Sosial Twitter* (UNNES).
- Cania, S. C. (2018). Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Go-Pay Pada Pelanggan Maupun Pengemudi Go-Jek. *uii.ac.id*
- Cahyono, W. T. (2018). *Sistem Informasi Pembayaran Tunai dan Pembayaran Termin Pada PT. AAM Trans Surabaya* (Stiesia Surabaya).
- Catania, A., & Harnad, S. E. (1988). *The selection of behavior: The operant behaviorism of BF Skinner: Comments and consequences*. Cambridge University Press.
- Chandler, A. D. (1990). *Strategy and structure: Chapters in the history of the industrial enterprise* (Vol. 120). MIT press.
- Chandriana, C., & Rinitami Njatrijani, S. (2017). Pertanggungjawaban PT Go-jek Indonesia terhadap Pelaksanaan Pengangkutan Penumpang. *Diponegoro Law Journal*, 6(1), 1-21.
- Choirul Marati, N. (2016). Pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi ojek online (Studi pada konsumen gojek di Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 3(3).
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2017). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Sage publications.
- Daeng, I. T. M., Mewengkang, N. N., & Kalesaran, E. R. (2017). Penggunaan Smartphone dalam Menunjang Aktivitas Perkuliahan Ooeh Mahasiswa Fispol Unsrat Manado. *ACTA DIURNA KOMUNIKASI*, 6(1).
- Dalem, A. A. G. A. P., & Sutari, N. G. A. K. (2017). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Jasa GO-JEK Dalam Meningkatkan Brand Awareness Cabang Bali. *Jurnal Kajian Ilmu Komunikasi*, 15(2).
- Darma, G. S., Wicaksono, K., Sanica, I. G., & Abiyasa, A. P. (2019). Faktor Kompensasi dan Strategi Gojek dalam Meningkatkan

- Kepuasan Kerja para Driver. *Jmbi Unsrat (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*., 6(3).
- Darmadi, W. (2016). *Dampak Keberadaan Transportasi Ojek Online (GO-JEK) Terhadap Transportasi Angkutan Umum Lainnya di Kota Makassar*” (Univeritas Islam Negeri Alauddin Makassar).
- Darmajaya, W. A. (2013). *Perlindungan Hukum Terhadap Hak-Hak Pekerja Di PT. Go-Jek Yogyakarta. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.*
- Darmawati, H. (2019). *Gender dan Ekonomi (Analisa Terhadap Mitra Go-Jek Perempuan di Indonesia Tahun 2018). AL-WARDAH, 12(1), 1-19.*
- Darmi, T. (2015). *Indonesia Menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) dalam Perspektif Meningkatkan Kapasitas Aparatur Desa. Program Studi Doktor Administrasi Publik FISIP-UNDIP, 169.*
- Depari, A. T. N. S. (2018). *Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Memilih Transportasi Online Grab (Studi pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area).*
- Dermawan, B., Saroh, S., & Krisdianto, D. (2019). *Pengaruh Price, Promotion, dan People Terhadap Proses Keputusan Pembelian Jasa Transportasi Online. JIAGABI, 8(3), 213-219.*
- Dewi, L. C. (2011). *Wireless Technology Development: History, Now, and Then. ComTech: Computer, Mathematics and Engineering Applications, 2(2), 1224-1240.*
- Dian, C. O. (2019). *Analisis Perbandingan Kualitas Pelayanan, Harga dan Kepuasan Konsumen Pengguna Layanan Go-Jek dan Grab (Studi Kasus pada Konsumen Pengguna Layanan GO-JEK dan GRAB di Purwokerto) (IAIN Purwokerto).*
- Dian, D. (2018). *Rivalitas Angkutan Konvensional dan Angkutan Daring (Studi Terhadap Respon Pemerintah Mengatur Angkutan Daring di Kota Makassar tahun 2017) (Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar).*

- Dina, N. A., & Nio, S. R. (2019). Kontribusi Adversity Quotient Terhadap Stres Kerja Pada Driver PT. Gojek Indonesia. *Jurnal Riset Psikologi*, 2019(3).
- Diniaty, A. A., Triana, E., & Miro, F. (2019). Kajian Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Transportasi Online (Grab Car) di Kota Padang dengan Metode Servqual. *Abstract Of Undergraduate Research, Faculty Of Civil And Planning Engineering, Bung Hatta University*, 2(3).
- Djunaidi, K. (2017). *Pengaruh Aksesibilitas, Jaminan Rasa Aman, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Konsumen Menggunakan Layanan Go-Jek Di Kota Palembang* (Universitas Katolik Musi Charitas).
- Djunu, Ardila. "Pemanfaatan Fitur Internet pada Smartphone oleh Masyarakat (Studi Pada Ibu-Ibu Rumah Tangga Kelurahan Tidore Kecamatan Tahuna Timur)." *ACTA DIURNA KOMUNIKASI* 5.5 (2016).
- Edelia, A. R., Njatrijani, R., & Lestari, S. N. (2019). Tanggung Jawab PT Grab Indonesia Terhadap Kerugian dalam Proses Pengangkutan Barang Melalui Layanan Grab Express. *Diponegoro Law Journal*, 8(2), 825-835.
- El Akmal, M. (2017). Fenomena Pengemudi Taksi Online (Ditinjau dari Teori Job Characteristic Model. *Psikologia: Journal Pemikiran dan Penelitian Psikologi*, 12(3), 173-181.
- Elvina, M. (2016). Sikap Masyarakat Jakarta Pengguna Aplikasi Grab Terhadap Brand Baru Grab. *Jurnal E-Komunikasi*, 4(1).
- Erviatin, E. (2019). *Pengaruh persepsi, preferensi dan perilaku konsumen terhadap minat mahasiswa UIN Walisongo Semarang menggunakan jasa transportasi online Go-Jek* (UIN Walisongo Semarang).
- Fachmy, J., Said, S., & Mapparenta, M. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Nilai Manfaat Terhadap Kepuasan Pelanggan Go-Jek. *PARADOKS: Jurnal Ilmu Ekonomi*, 2(3), 118-130.
- Fahlevi, M. A. (2019). Hubungan Optimisme dengan Produktivitas Kerja pada Mitra Go-Car di Kota Samarinda. *Jurnal Ilmiah Psikologi*

- Fahri, L. M. (2017). Strategi Marketing Public Relations Go-Food dalam Pembentukan Citra Perusahaan di Kota Surabaya. *Journal.unair.ac.id*
- Fakhriyah, P. (2020). Pengaruh Layanan Transportasi Online (Gojek) Terhadap Perluasan Lapangan Kerja Bagi Masyarakat Di Kota Cimahi. *Comm-Edu (Community Education Journal)*, 3(1), 34-41.
- Farrell, D., Greig, F., & Hamoudi, A. (2018). The online platform economy in 2018: Drivers, workers, sellers, and lessors. *JPMorgan Chase Institute*.
- Farida, I., Tarmizi, A., & November, Y. (2016). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran 7P Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Gojek Online. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 1(1), 31-40.
- Fauziah, N. (2017). Ojek dari Masa ke Masa Kajian secara Manajemen Sumber Daya Manusia. *JURNAL ADMINISTRASI DAN KEBIJAKAN PUBLIK*, 7(1), 37-46.
- Fatkhurohman, Y. N., & Usman, U. (2018). Hubungan Kemitraan antara Perusahaan Go-Jek dengan Driver Go-Car di Yogyakarta dalam Perspektif Mas} Lah} Ah Mursalah (IAIN Surakarta).
- Febriana, I. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Transportasi Ojek Online Grab. *JRMSI-Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 10(1), 204-225.
- Ferdiana, A. M. K., & Darma, G. S. (2019). Understanding Fintech Through Go-Pay. *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, 4(2), 257-260.
- Fillaili, N. (2019). Tanggung Jawab Perusahaan Transportasi Online Terhadap Penumpang Akibat Adanya Praktik Peralihan Akun Driver. *Jurist-Diction*, 2(4), 1375-1404.
- Fitriani, F., Samad, A., & Khaeruddin, K. (2014). Penerapan Teknik Pemberian Reinforcement (Penguatan) Untuk Meningkatkan Hasil Belajar Fisika Pada Peserta Didik Kelas VIII. A SMP PGRI Bajeng Kabupaten Gowa. *Jurnal Pendidikan Fisika*, 2(3), 192-202.

- Gadamer, H. G. (1961). Hegel und die Antike Dialektik: Theodor Litt zum 80. Geburtstag. *Hegel-Studien*, 1, 173-199.
- Geneo, Y. (2018). *Tingkat Kesejahteraan Driver Gojek di Kota Padang Analisis Indikator Objektif dan Subjektif* (Universitas Andalas).
- Ghozali, K., & Khalishah, D. (2016). Changing the Perception of Ojek Riding through Emotional Appeal as a Public Relation Strategy. In *Proceeding of Association for Southeast Asian Studies in the United Kingdom (ASEASUK) Conference*.
- Giantama, M. A. (2018). Perlindungan Hukum Terhadap Penumpang atas Kecelakaan Penumpang Jasa Transportasi Online (Studi Layanan Go-Ride yang diselenggarakan Oleh PT Gojek Indonesia). *uui.ac.id*
- Giawa, A. H., & Situmorang, B. A. F. (2019). Perlindungan Hukum Terhadap Perusahaan Transportasi Online dalam Tindak Pidana Penipuan Order Fiktif. *Ilmu Hukum Prima (Ihp)*, 1(2), 50-68.
- Giri, P. C., & Dewi, M. H. U. (2017). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Driver GOJEK di Kota Denpasar, Bali. *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana*, 6(6), 948-975.
- Gosal, R., Andjarwirawan, J., & Handojo, A. (2016). Aplikasi Layanan Antarjemput XYZ Berbasis Android. *Jurnal Infra*, 4(1), 221-226.
- Grybaitė, V., & Stankevičienė, J. (2016). Motives for participation in the sharing economy—evidence from Lithuania. *Ekonomia i Zarzadzanie*, 8(4), 7-17.
- Gunawan, S. (2017). Persepsi Konsumen Atas Layanan Grab Car Di Surabaya. *Agora*, 5(2).
- Gunawan, S. (2019). Studi Interpretatif Implikasi Spiritualitas terhadap Kualitas Layanan Pengemudi Grab Surabaya. In *Prosiding Seminar Nasional Sinergitas Multidisiplin Ilmu Pengetahuan dan Teknologi* (Vol. 2, pp. 193-200).
- Gusnita, A. (2019). Evaluasi Pro Kontra Transportasi Online. *Linimasa: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(1).

- Hablana Anturida, D. Z. (2019). *Pengaruh Organizational Justice Terhadap Quality of Work Life (Qwl) pada Driver Ojek Online di Kota Semarang* (UNNES).
- Hadi, A. (2016). *Administratif Jaringan Komputer*. Prenada Media.
- Halim, S. E., & Nurbaiti, S. (2018). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Transportasi Berbasis Online yang Menggunakan Driver Cadangan. *Jurnal Hukum Adigama*, 1(2).
- Harper, C. L.(1989). *Exploring Social Change*. Prentice Hall. Englewood Cliffs, New Jersey
- Hendrastomo, Grendi dkk,. (2016). Dilema Sosial Ojek Online (GoJek). Jurusan Pendidikan Sosiologi. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Herawaty, T., Tresna, P. W., & Wisudastuti, F. E. (2017). Pengaruh Price Fairness Dan Service Fairness Terhadap Customer Satisfaction Pada Go-Jek. *AdBispreneur*, 1(3).
- Hertisca, F. (2019). *Analisis Tingkat Kesejahteraan Driver Grab Di Kota Metro Dengan Model Cibest* (IAIN Metro).
- Halim, C., & Erlinawati, M. (2017). Fenomena Ojek Online dan Dampak Sosial bagi Masyarakat Solo. In *Prosiding Seminar Nasional Teknologi Informasi dan Bisnis 2017* (pp. 215-222).
- Halim, S. E., & Nurbaiti, S. (2018). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Transportasi Berbasis Online yang Menggunakan Driver Cadangan. *Jurnal Hukum Adigama*, 1(2).
- Hall, R. H. (1968). Professionalization and bureaucratization. *American Sociological Review*, 33(1), 92-104.
- Handayani, D., & Ilyas, M. (2019). Problematika Hukum dan Alternatif Penyelesaiannya Bagi Konsumen Pengguna Jasa Aplikasi Gojek dan Grabcar sebagai Angkutan Berbasis On Line. *ADHAPER: Jurnal Hukum Acara Perdata*, 4(2), 91-107.
- Hanifa, O., Kurniawati, T., & Rahmidani, R. (2019). Pengaruh Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Go-Jek Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasipada Mahasiswa Universitas Negeri Padang. *Jurnal Ecogen*, 1(4), 794-803.

- Harahap, F. K., Ablisar, M., Hamdan, M., & Mulyadi, M. (2019). Tindak Pidana Penjelolan Aplikasi Sistem Transportasi Online Ditinjau Dari Undang-Undang Informasi Dan Transaksi Elektronik: Studi Putusan Pengadilan Negeri Medan Nomor 1507/Pid. Sus/2018/Pn. Mdn. *USU LAW JOURNAL*, 7(7), 175-182.
- Hardan, D., Kristianto, A. P., Mahmudi, M., & Henderi, H. (2018). Analisis Usabilitas Sistem Informasi Driver PT. Gojek Indonesia Berdasarkan Pendekatan Evaluasi Usability Heuristik. *Semnasteknomedia Online*, 6(1), 1-8.
- Hardaningtyas, R. T. (2018). Persepsi Masyarakat Terhadap Penggunaan Transportasi Online (Grab) Di Malang. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 2(1), 42-58.
- Hardi, W. (2018). Perlindungan Hukum Terhadap Penumpang Jasa Angkutan Ojek Online di Bandar Lampung. *unila.ac.id*
- Hartati, E. (2017). Pengukuran Usability System Terhadap Aplikasi Gojek dengan Use Questionnaire. *Teknomatika*, 7(1).
- Haq, A. L. A. (2019). Building Rapport Pengemudi Gojek Kota Magelang. *The 9th University Research Colloquium (Urecol)*, 9(3).
- Haqqin, Q. A., & Kelik Wardiono, S. H. (2018). *Perjanjian Kemitraan Studi Tentang Konstruksi Hubungan Hukum Antara Driver dengan Perusahaan Jasa Transportasi Berbasis Online Go-Jek di Surakarta* (Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Hendrastomo, G. dkk,(2016). *Dilema Sosial Ojek Online (Gojek), Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Yogyakarta*.
- Hendrawan, R. A., Aristio, A. P., & Destrianto, P. R. (2017). Agregasi Toko Aplikasi pada Piranti Bergerak untuk Memudahkan Pencarian Aplikasi Multi Platform. *SESINDO* 9, 2017.
- Hereyah, Y., & Andriani, R. (2020). Gojek Re-Branding Menyasar Pangsa Pasar Milenial (Studi Kasus Rebranding Gojek). *Ganaya: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 2(2-3), 9-20.
- Herman, W. D. (2019). *Analisis Kebijakan Transportasi Di Kota Bandar Lampung (Studi Pada Transportasi Ojek Online dan Transportasi Publik)* (Universitas Lampung).

- Hermawan, A. W. (2019). *Tindak Pidana Kekerasan Terhadap Pengemudi Transportasi Online (Go-Jek) oleh Pengemudi Ojek Konvensional* (Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Yogyakarta).
- <http://radarsemarang.com/2017/09/27/ojek-pangkalan-dan-ojek-online-bentrok/> Diakses pada tanggal 30 Desember 2018, pukul 19.25
- Hudiwinarsih, G. (2011). Auditors' experience, Competency, and Their Independency As The Influential Factors in Professionalism. *Journal of Economics, Business, and Accountancy | Ventura*, 13(3).
- Hukmah, A., & Harfinah, H. (2018). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Penumpang Grab di Makassar. *Journal of Communication Sciences (JCoS)*, 1(1), 31-45.
- Imron, A. S., Wardani, N. H., & Rokhmawati, R. I. (2018). Analisis Pengaruh Pemasaran Media Sosial Terhadap Loyalitas Konsumen: Studi Pada Transportasi Online (Go-Jek Indonesia). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer e-ISSN*, 2548, 964X.
- Indah, M., & Agustin, H. (2019). Penerapan Model Utaut (Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology) Untuk Memahami Niat Dan Perilaku Aktual Pengguna Go-Pay Di Kota Padang. *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, 1(4), 1949-1967.
- Indayani, A., Sedanayasa, G., Antari, N. N. M., & Erg, M. (2014). Penerapan Konseling Behavioral Dengan Teknik Penguatan Positif Sebagai Upaya Untuk Meminimalisasi Perilaku Membolos Pada Siswa Kelas X. 1 Sma Negeri 1 Sawan Tahun Ajaran 2013/2014. *Jurnal Ilmiah Bimbingan Konseling Undiksha*, 2(1).
- Indriani, S. S., Puspitasari, L., & Rosfiantika, E. (2019). Analisis Interaksi Simbolik pada Konten Ofensif Iklan Grab# pilihaman. *ProTVF*, 3(1), 81-100.
- Islamikov, J. (2018). Hubungan Hukum Para Pihak dan Pertanggungjawaban Pada Jasa Go-Send Pt. Gojek Indonesia. Universitas Islam Indonesia

- Isman, D. I. B., Santoso, B., & Sos, S. (2018). *Peran Mitra Grab Car Sebagai Sarana Pembentukan Citra Perusahaan Taksi Online Grab di Yogyakarta* (Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Ismail, S. (2009). *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Erlangga.
- Ismawati, I. (2018). *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Perbedaan Pembayaran Jasa Ojek Online Secara Tunai dan Gopay (Studi Kasus Pada Driver Go Jek Online Di Bandar Lampung)* (UIN Raden Intan Lampung).
- Isnada, I. (2015). Pengaruh Model Pembelajaran Reinforcement untuk Meningkatkan Hasil Belajar Biologi Siswa SMPN 1 Bonggakaradeng Tana Toraja pada Materi Berbagai Sistem dalam Kehidupan Manusia. *Jurnal Biotek*, 3(2), 85-91.
- Irdhayanti, E., & Firayanti, Y. (2019). Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Gojek di Kabupaten Kubu Raya. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Kontemporer*, 5(2).
- Izzati, B. M. (2020). Analysis of Customer Behavior in Mobile Food Ordering Application Using UTAUT Model (Case Study: GoFood Application). *International Journal of Innovation in Enterprise System*, 4(01), 23-34.
- Irfan Aripuddin. 2013, *Ensiklopedia Mini : Alat Transportasi dari Masa ke Masa*, Bandung : Angkasa
- Jauch, L. R., & Glueck, W. F. (1999). Manajemen strategis dan kebijakan perusahaan. *Edisi ketiga*, Erlangga, Jakarta.
- Kamim, A. B. M., & Khandiq, M. R. (2019). Mitra Pengemudi Gojek dalam Jeratan Ekonomi Berbagi Melalui Platform. *Jurnal Studi Pemuda*, 8(1), 57-74.
- Kashyap, R. (2018). Taxi Drivers and Taxidars : A Case Study of Uber and Ola in Delhi. *SAGE Publications*, Vol 34(2):(2), 169-194. <https://doi.org/10.1177/0169796X18757144>
- Khair, J. H., & Halmawati, H. (2019). Pengaruh Pengendalian Internal Dan Moralitas Individu Terhadap Fraud Orderan Pada Jasa Transportasi Berbasis Online Go-Jek Di Kota Padang. *JURNAL EKSPLORASI AKUNTANSI*, 1(3), 1354-1362.

- Jannah, E. N. (2018). *Tinjauan Yuridis Mengenai Perlindungan Driver Gojek Terhadap Pembatalan Pemesanan Go-Food Secara Sepihak di PT. Gojek Cabang Semarang* (Fakultas Hukum Unissula).
- Junior, M. S. (2017). Fungsionalitas Konflik Gojek: Studi Fenomenologi Terhadap Konflik Pengemudi Gojek di Kota Kediri. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 6(1).
- Juraman, S. R. (2014). Pemanfaatan smartphone android oleh mahasiswa ilmu komunikasi dalam mengakses informasi edukatif. *Acta Diurna Komunikasi*, 3(1).
- Kamim, A. B. M., & Khandiq, M. R. (2019). Mitra Pengemudi Gojek dalam Jeratan Ekonomi Berbagi Melalui Platform. *Jurnal Studi Pemuda*, 8(1), 57-74.
- Karina, E. P. (2019). Pertanggungjawaban pengemudi taksi online atas ketidaksesuaian informasi pengemudi dengan kendaraan yang diberikan kepada penumpang melalui aplikasi berdasarkan Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.unpar.ac.id
- Kinanti, L. P. (2019). Analisis Faktor-Faktor Motivasi Driver Ojek Online dalam Perspektif Teori Hierarki Kebutuhan (Studi pada Driver Go-Jek di Bandar Lampung.unila.ac.id
- Komarudin, K. (2019). *Studi Analisis Terhadap Pembayaran Go-Pay Dalam Perspektif Akad Ijarah (Studi di PT. Gojek Cabang Kota Serang)* (UIN SMH Banten).
- Kuncoro, W. J. (2018). Pengaruh Stres Terhadap Motivasi Kerja Driver di Komunitas Keluarga Gojek 3 Yogyakarta. *Jurnal Riset Mahasiswa Bimbingan Dan Konseling*, 4(6), 284-291.
- Kuniawati, I. (2019). *Penguatan Profesionalisme Aparatur Birokrasi pada Badan Kepegawaian Pendidikan dan Pelatihan Daerah Kota Banjar* (Perpustakaan Pascasarjana).
- Kuswanto, A., Sundari, S., Harmadi, A., & Hariyanti, D. A. (2019). The determinants of customer loyalty in the Indonesian ride-sharing services: offline vs online. *Innovation & Management Review*.
- Lailiyah, U. W., & Wahyuningsih, T. H. (2019). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kinerja Driver Grab-Bike Kabupaten Banjarnegara. *Media Ekonomi*, 19(01).

- Laiya, R. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Konsumen dalam Menggunakan Transportasi Online (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pelanggan Grab di Fakultas Ekonomi Universitas Hkbp Nommensen Medan).
- Latief, F., & Nur, Y. (2019). Technology Acceptance Model (TAM) Terhadap Minat Konsumen Sistem Pembayaran Gopay Pada Layanan Gojek. *Bongaya Journal for Research in Management (BJRM)*, 2(2), 1-11.
- Latifah, L. (2018). Analisis hukum islam terhadap penerapan tarif layanan jasa PT. Ojek Syar'i Indonesia di Surabaya. *EKNIS: Jurnal Ekonomi Islam dan Ekonomi Pondok Pesantren*, 7(1).
- Lawalata, G. M. (2016). Perbandingan Sistem Peringkat dalam Upaya Penerapan Pembangunan Jalan Berkelanjutan di Indonesia. *Jurnal HPJI*, 2(1).
- Lee, C. (2017). *Dynamics of ride-sharing competition*. Economics Working Paper, Singapore: ISEAS Yusof Ishak Institute (pp. 1-35). No.2017-05.
- Lekatompessy, J. E. (2003). Hubungan Profesionalisme dengan Konsekuensinya: Komitmen Organisasional, Kepuasan Kerja, Prestasi Kerja, dan Keinginan Berpindah. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*, 5(1), 69-84.
- Li, G., Zhang, J., Nugroho, S. B., Linh, T. N., & Fujiwara, A. (2011). Analysis of paratransit drivers' stated job choice behavior under various policy interventions incorporating the influence of captivity: A case study in Jabodetabek metropolitan area, Indonesia. In *Proceedings of the Eastern Asia Society for Transportation Studies Vol. 8 (The 9th International Conference of Eastern Asia Society for Transportation Studies, 2011)* (pp. 215-215). Eastern Asia Society for Transportation Studies.
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1990). Judging the quality of case study reports. *Internation Journal of Qualitative Studies in Education*, 3(1), 53-59.
- Loka, R. G., Hendarso, Y., & Yanti, M. (2019). *Pilihan Rasional Pengguna Angkutan Perkotaan Berbasis Online di Kota*

- Palembang (Studi di Kelurahan Bukit Lama Kecamatan Ilir Barat I Kota Palembang)* (Sriwijaya University).
- Mahargiono, P. B., & Cahyono, K. E. (2017). Kontroversi Transportasi Online sebagai Dasar Pembentukan Fasilitas Layanan Penumpang Bagi Pelaku Bisnis Transportasi di Surabaya. *unisbank.ac.id*
- Mangifera, L., & Isa, M. (2017). Komitmen dan Kinerja Driver Ojek Online di Kota Surakarta. *publikasiilmiah.ums.ac.id*
- Manueke, M., Tampi, G. B., & Londa, V. (2018). Persepsi Masyarakat Tentang Jasa Transportasi Berbasis Aplikasi Online Di Kota Manado (Studi Kasus Di Pt. Go-Jek). *Jurnal Administrasi Publik*, 4(51).
- Manurung, T. (2018). Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Pada PT Grab Indonesia (Grabcar) di Medan. Studi Kasus pada Mahasiswa yang Tinggal di Wilayah Medan Timur. *uhn.ac.id*
- Marhayanie, M., Ismail, M., & Muda, I. (2018). Impact of Smartphone Features on " Omset" Services Online Car Rental. In *1st Economics and Business International Conference 2017 (EBIC 2017)*. Atlantis Press.
- Marno, dan Idris. 2010. Strategi dan Metode Pengajaran: Menciptakan Keterampilan Mengajar yang Efektif dan Edukatif. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Marsusanti, E., Susilawati, S., Nugraha, R., & Koeswara, T. S. N. (2018). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Driver Gojek. *Swabumi*, 6(2).
- Masfufah, M., & Achiria, S. (2019). Perilaku Produsen pada Model Kemitraan Go Food dalam Prespektif Ekonomi Islam (studi kasus Daerah Wirobrajan, Yogyakarta). *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)*, 9(1), 1-8.
- Methodah, S. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Driver Ojek Online Terhadap Kepuasan Konsumen ada Gojek Area Tangerang Selatan. *Scientific Journal Of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business*, 2(3), 271-280.

- Maylya, M., Priyowidodo, G., & Tjahyana, L. J. (2018). Pola-Pola Komunikasi dalam Komunitas Virtual Pengemudi Transportasi Online. *Jurnal e-Komunikasi*, 6(2).
- Miftahurrohman, M. (2018). *Tinjauan hukum Islam dan Undang-Undang nomor 8 tentang perlindungan konsumen terhadap evenement pada transportasi online PT. Grab Indonesia Cabang Surabaya* (UIN Sunan Ampel Surabaya).
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook*. 3rd. ed: Thousand Oaks, CA: Sage.
- Miltenberger, R. G. (2011). *Behavior modification: Principles and procedures*. Cengage Learning.
- Mittendorf, C. (2017, January). The implications of trust in the sharing economy—an empirical analysis of Uber. In *Proceedings of the 50th Hawaii International Conference on System Sciences*.
- Muflihadi, I., & Rubiyanti, R. N. (2016). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, Dan Trust Terhadap Kepuasan Konsumen (studi Pada Gojek Bandung). *eProceedings of Management*, 3(2).
- Mulyasa. (2010). *Menjadi Guru Profesional Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset*
- Munauwarah, F. (2018). *Pengaruh Bauran Pemasaran Syariah Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan Pada Pengguna Transportasi Berbasis Online Di Banda Aceh (Studi Kasus Transportasi Online Go-Jek)* (UIN Ar-Raniry Banda Aceh).
- Mustholih. (2017). Priiit driver ojek online bentrok dengan opang di semarang. <https://news.okezone.com/read/2017/03/22/512/1649255/>. Diakses pada tanggal 30 Desember 2018, pukul 19.00
- Mutiarin, D., Nurmandi, A., Jovita, H., Fajar, M., & Lien, Y. N. (2019). How do government regulations and policies respond to the growing online-enabled transportation service (OETS) in Indonesia, the Philippines, and Taiwan?. *Digital Policy, Regulation and Governance*.

- Mutmainnah, M. (2019). *Analisis hukum Islam terhadap jual beli akun transportasi online: studi di grup Facebook Gojek Jual Beli Akun Surabaya* (UIN Sunan Ampel Surabaya).
- Nadhifa, S., Suradi, S., & Hendrawati, D. (2019). Analisis Perjanjian Kemitraan antara Driver Transportasi Online dengan Perusahaan Go-Jek sebagai Penyedia Aplikasi Khususnya Terkait dengan Suspend. *Diponegoro Law Journal*, 8(2), 1477-1488.
- Nariendra, P. W., & Sihombing, T. M. (2018). Analisis Tarif Angkutan Umum Para Transit (Taksi) Berbasis Online Di Kota Bandung Berdasarkan Biaya Operasi Kendaraan (BOK) Dan Break Even Point (BEP). *ReTII*.
- Nasution, R. D. (2017). Pengaruh perkembangan teknologi informasi komunikasi terhadap eksistensi budaya lokal. *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik*, 21(1), 30-42.
- Natadjaja, L., & Setyawan, P. B. (2016). Creating Community through Design: The Case of GO-JEK Online. *International Journal of Cultural and Creative Industries*, 4(1), 18-27.
- Natsir, N. F. F., Saleh, S., & Jamaluddin, J. (2018). *Kualitas Pelayanan Transportasi Berbasis Online (Grab) di Kota Makassar* (Universitas Negeri Makassar).
- Ngafifi, M. (2014). Kemajuan teknologi dan pola hidup manusia dalam perspektif sosial budaya. *Jurnal Pembangunan Pendidikan: Fondasi dan Aplikasi*, 2(1).
- Ningsih, T. M. W. (2019). *Analisis Dampak Keberadaan Ojek Online Terhadap Pendapatan Ojek Konvensional di Kota Bojonegoro* (Universitas Bojonegoro).
- Nola, L. F. (2018). Perjanjian Kemitraan Vs Perjanjian Kerja Bagi Pengemudi Ojek Online. *Pusat Penelitian Badan Keahlian DPR, Jakarta*.
- Novian, E. (2018). Studi Identifikasi Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Kerja pada Pengemudi Go-Jek di Kota Medan. uma.ac.id
- Noviansyah, A. A., & Soesanto, H. (2018). *Analisis Pengaruh Daya Tarik Promosi, Kesiediaan Untuk Membayar Dan Kualitas*

Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Online Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening (Studi Pengguna Layanan Go-Car Di Kota Semarang) (Fakultas Ekonomika dan Bisnis).

- Novikova, O. (2017). The sharing economy and the future of personal mobility: New models based on car sharing. *Technology innovation management review*, 7(8).
- Nugraha, W. F., & Oktafani, F. (2019). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Proses Keputusan Pembelian Grab Food Di Jabodetabek. *eProceedings of Management*, 6(3).
- Nugroho, D. G., Chrisnanto, Y. H., & Wahana, A. (2016). Analisis Sentimen Pada Jasa Ojek Online Menggunakan Metode Naïve Bayes. *Prosiding SNST Fakultas Teknik*, 1(1).
- Nur, K. S. F., Kee, D. M. H., Parhan, M., Ramadhany, R. A., & Syahputra, T. Y. (2019). Analysis Of Go-Jek Effect On Community Mobility (A Study Case: www. go-jek.com). *Journal of the community development in Asia*, 2(2).
- Nurhalim, A. D. (2019). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Loyalitas Pengguna OVO pada Grab. *Jurnal Bina Manajemen*, 8(1).
- Nurlaely, S. A. N., & Waluyo, B. (2019). Legal Protection of Passengers to Services Go-Ride Gojek Purwokerto. In *3rd International Conference on Globalization of Law and Local Wisdom (ICGLOW 2019)*. Atlantis Press.
- Pandaleke, G., & Sumarauw, J. S. (2019). Analisis Information Sharing pada PT Grab Indonesia Cabang Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 7(4).
- Pandiangan, H. (2018). *Flexible Working Arrangement dan Pengaruhnya Terhadap Work Life Balance Pada Driver Layanan Jasa Transportasi Online Di Kota Yogyakarta* (Doctoral dissertation, Thesis Magister Manajemen).
- Pangestu, P. (2019). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Kerja pada Driver Taksi Online Grab TPI dan Grab Individu Medan* (Universitas Medan Area).
- Parsons, T. (1939). The Structure of Social Action: A Study in Social Theory with Special Reference to a Group of Recent European Writers. *American Sociological Review*.

<https://doi.org/10.2307/2084931>

- Perangin-angin, T. P. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Pendapatan Mitra Gojek Medan Periode 2017-2018.uhn.ac.id
- Perdana, A. (2018). *Pengaruh harga dan marketing public relations terhadap loyalitas pelanggan perusahaan transportasi PT. Gojek: studi kasus pada mahasiswa manajemen UIN sunan gunung djati bandung* (UIN Sunan Gunung Djati Bandung).
- Permana, G. P. L., & Dewi, N. L. P. P. (2020). Analisis Faktor Penggunaan Layanan Go-Pay oleh Generasi Millennial di Kota Denpasar. *Widya Akuntansi dan Keuangan*, 2(1), 32-51.
- Peters, R. (2018). Motorbike-taxi-drivers as Infrastructure in the Indonesian City. *Ethnos*, 1-20.
- Poluan, R. A., Purwanto, A., & Goni, S. Y. (2019). Respons Masyarakat Terhadap Adanya Go-Car di Kota Manado. *Holistik, Journal Of Social And Culture*, 12(1).
- Porter, M. E. (2007). Strategi Bersaing (competitive strategy). *Tangerang: Kharisma Publishing Group*.
- Prabowo, A. B., & Purworini, D. (2019). *Komunikasi Krisis PT Gojek Indonesia (Studi Deskriptif Kualitatif Komunikasi Krisis Driver Service Unit (DSU) Gojek Solo Raya)* (Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Pradana, D. (2018). Pengaruh E-Service Quality dan Kemudahan terhadap Niat Beli Ulang dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pengguna Jasa Uber Motor di Surabaya). *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 6(1).
- Pradana, R. C. A. (2019). *Analisis Faktor Pemilihan Lokasi Mengetem Transportasi Online Di Sekitar Universitas Katolik Soegijapranata Menurut Driver Online Motor* (Unika Soegijapranata Semarang).
- Prananda, R. R., & Aidi, Z. (2019). Tinjauan Yuridis Kedudukan Pengemudi Transportasi Online Dalam Perjanjian Kemitraan Dengan Perusahaan Penyedia Aplikasi Transportasi Online. *Law, Development & Justice Review*, 2(2), 135-162.

- Pranata, A. (2017). *Dampak Ekonomi Berkembangnya Transportasi Berbasis Online Terhadap Transportasi Umum Konvensional di Kota Semarang Tahun 2016 (Studi Kasus Gojek)* (Universitas Negeri Semarang).
- Pranoto, A. H. (2017). Siasat Manipulatif Dalam Kompetisi Pengemudi Gojek di Kota Surabaya. *Jurnal Thesis Departemen Antropologi*, 1-10.
- Prasetyo, R. A., & Rismayani, R. (2018). Studi Karakteristik dan Faktor-Faktor Downstream User Transportasi Online (Ride Sharing) di Kota Bandung. *Jurnal Wacana Ekonomi* Vol. 18; No. 01; 033-044
- Prasojo, W. P. (2013). *. Keefektifan Penggunaan Multimedia Microsoft Powerpoint terhadap Hasil Belajar IPS Materi Perkembangan Teknologi Transportasi pada Siswa Kelas IV di Sekolah Dasar Negeri Pesanggaran 01 Kabupaten Tegal* (Universitas Negeri Semarang).
- Pratama, M. G. (2016). *Identifikasi Karakteristik Konsumen dan Mitra Pengemudi dalam Kategori Pengadopsi pada Jasa Transportasi Online Ride Sharing* (Institut Teknologi Sepuluh Nopember).
- Pratama, G. Y., & Suradi, A. (2016). Perlindungan Hukum Terhadap Data Pribadi Pengguna Jasa Transportasi Online Dari Tindakan Penyalahgunaan Pihak Penyedia Jasa Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. *Diponegoro Law Journal*, 5(3), 1-19.
- Prayogo, Y., & Kaspurrahman, K. (2016). Implementasi Contract Drafting PT. Go-Jek Jambi dalam Tinjauan Ekonomi Syariah. *Indonesian Journal of Islamic Economics and Business*, 1(1), 145-161.
- Pribadi, D. Y. (2015). *Makna Smartphone Sebagai Gaya Hidup Masyarakat Modern (Studi Kasus Penggunaan Smartphone di Masyarakat Perumahan Prana Estate Kota Sukabumi)* (Universitas Negeri Jakarta).
- Pribadiono, A. (2016). Transportasi Online vs Transportasi Tradisional Non-Online Persaingan Tidak Sehat Aspek Pemanfaatan Aplikasi Oleh Penyelenggara Online. *Lex Jurnalica*, 13(2), 146691.

- Purbohastuti, A. W. (2018). Faktor Penyebab Beralihnya Konsumen Ojek Pangkalan Menjadi Ojek Online. *Tirtayasa Ekonomika*, 13(2), 238-251.
- Puschmann, T., & Alt, R. (2016). Sharing economy. *Business & Information Systems Engineering*, 58(1), 93-99.
- Puspita, S. (2018). Polisi: Aplikasi "Tuyul" Taksi "Online" Beda dengan "Fake" GPS. <https://megapolitan.kompas.com/read/2018/02/02/10090951/polisi-aplikasi-tuyul-taksi-online-beda-dengan-fake-gps>. Diakses pada tanggal 30 Desember 2018, pukul 21.00
- Puspitarini, R. C., Basit, A., & Putra, C. A. (2019). The Face of Platform Economy in Fore Of Social Harms Approach: Case Study of Online Taxi Driver. *Media Bina Ilmiah*, 14(3), 2299-2316.
- Putra & Himam. (2018) *Pekerjaan Inti yang bisa disambi : Studi Fenomenologi Kepuasan Kerja Pengemudi Ojek Online*. Universitas Gadjah Mada
- Putra, M. A. A. S. (2019). *Alienasi Driver Transportasi Online (Studi Pada Mitra Go-Jek Dan Grab)* (Universitas Airlangga).
- Putra, N. (2012). Metode Penelitian Kualitatif Pendidikan, Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Putra, P. B. R. P., & Ariana, I. G. P. (2016). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Transportasi Online Uber dan Grab di Indonesia. *Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum*, 5(2).
- Putri, A. E., Nurprapti, N., & Burhanudin, B. (2018). *Perilaku Konsumen Online Sebagai Embedded Smartphone dikalangan Pekerja (Studi Deskriptif pada Pekerja Pengguna Jasa Online di Tangerang)* (Universitas Sultan Ageng Tirtayasa).
- Putri, H. S., & Diamantina, A. (2019). Perlindungan Hukum Terhadap Keselamatan dan Keamanan Pengemudi Ojek Online untuk Kepentingan Masyarakat. *Jurnal Pembangunan Hukum Indonesia*, 1(3), 392-403.
- Putri, L. F. S., & Mahendra, I. (2017). Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan Dan Penggunaan Aplikasi Go-Jek Menggunakan Unified Theory Of Acceptance And Use

- Of Technology (UTAUT). *Jurnal Pilar Nusa Mandiri*, 13(1), 136-144.
- Putri, M. E. A., & Imanullah, M. N. (2019). Tanggung Gugat Perdata Angkutan Umum Berbasis Online Terhadap Penumpang Apabila Terjadi Suatu Kecelakaan Lalu Lintas. *Jurnal Privat Law*, 7(2), 223-227.
- Qian, J. (2014). No right to the street : Motorcycle taxis , discourse production and the regulation of unruly mobility. <https://doi.org/10.1177/0042098014539402>
- Qonitatillah, C. (2018). *Penggunaan ojek online di Kota Malang persepektif hukum Islam* (Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).
- Rachman, A. I. (2018). Perlindungan Hukum Dengan Hak-Hak Pekerja Di PT Grab Semarang. *Jurnal Daulat Hukum*, 1(1).
- Rahayu, H. M. (2019). *Tinjauan Fikih Muamalah Dalam Sistem Transportasi Online:(Studi Kasus Pada Akad Grabbike Di Surabaya* (STIE Perbanas Surabaya).
- Rahman, A. (2019). Analisis Perubahan Gaya Hidup Pengguna Ojek Online di Kota Bandar Lampung (Studi kasus Pengguna Ojek Online di Kota Bandar Lampung). unila.ac.id
- Rahman, M. F. (2018). Hubungan Beban Kerja Mental Terhadap Human Error Driver Gojek Kota Malang. *Jurnal Valtech*, 1(2), 37-42.
- Ramadhan, F., & Setyono, H. (2020). Kualitas Pelayanan Sebagai Determinan Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Grab Bike di Yogyakarta. *Fokus Jurnal Manajemen Bisnis*, 9(2), 191-205.
- Ramadhanu, A. K., & Supriono, S. (2018). Analisis Persepsi Kemanfaatan, Kemudahan, Kualitas dan Harga Transportasi Online Sebagai Sarana Penunjang Aksesibilitas Wisatawandi Kota Malang. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 60(2), 64-73.
- Rambe, I. (2018). Dampak keberadaan Transportasi Online (Go-Jek) Terhadap Tukang Becak (Studi Deskriptif Pangkalan Becak Stasiun Kereta Api Medan Provinsi Sumatera Utara). usu.ac.id

- Rasit, Y. I. (2019). *Akad dalam Transaksi pada Aplikasi Go-food di PT. Gojek Indonesia Cabang Makassar dalam Perspektif Ekonomi Islam* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar).
- Ratanawaraha, A., & Chalermpong, S. (2015). Monopoly Rents in Motorcycle Taxi Services in Bangkok , Thailand. *Transportation Research Record: Journal of the Transportation Research Board*, pp. 66–72. <https://doi.org/10.3141/2512-08> and *Contemporary Sociology*. Transaction Publisher.
- Rifaldi, R., Kadunci, K., & Sulistyowati, S. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Transportasi Online Gojek Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Mahasiswa/i Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta. *Epigram*, 13(2).
- Ristanti, N. S. (2018). Smart Mobility dalam Pengembangan Transportasi Berbasis Aplikasi Online Di Indonesia. *Ruang*, 4(3), 237-246.
- Ritonga, I. S. (2019). Pertanggung Jawaban Perusahaan Transportasi Terhadap Kerusakan Barang Milik Penumpang. *Jurnal Pionir*, 5(4).
- Rizal, A. (2019). Tinjauan Jasa Angkutan Dalam Perspektif Bisnis Syariah (Studi Kasus Jasa Angkutan Online Go-Jek di Makassar). *Li Falah: Jurnal Studi Ekonomi dan Bisnis Islam*, 4(1), 18-41.
- Rizkia, B. (2019). *Perlindungan Hukum Driver Grab Car Terhadap Perlakuan Diskriminasi Perspektif Wahbah Zuhaili Dan Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2003 (Studi Kasus Pangkalan Grab Car Jalan Beringin Medan Helvetia)* (Universitas Islam Negeri Sumatera Utara).
- Rodriguez-valencia, A. (2013). Taxicab Transportation in Bogotá, Colombia. *Transportation Resrarch Record: Jurnal of the Transportation ReseaRch Board*, (19), 77–84. <https://doi.org/10.3141/2394-10>
- Romadhon, M. A., Fathoni, A., & Haryono, A. T. (2018). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Stres Kerja Driver Go-Jek di Tegal. *Journal of Management*, 4(4).

- Rosa, A., & Widad, A. (2017). Faktor-Faktor yang Membedakan Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Transportasi Dalam Kota (Studi Kasus Angkutan Umum Konvensional dan Berbasis Online). *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya*, 15(3), 164-172.
- Rozaq, D. A. (2019). Pengaruh Moda Transportasi Terhadap Perekonomian Masyarakat Secara Spasial di Gunung Gambir, Kecamatan Sumberbaru, Kabupaten Jember. *Jurnal Geografi Gea*, 19(2), 88-92.
- Rozdianda, M. (2019). *Persebaran Zona Merah Ojek Online di Surakarta* (Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Sabandi, A. (2013). Supervisi Pendidikan Untuk Pengembangan Profesionalitas Guru Berkelanjutan. *Pedagogi: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 13(2), 1-9.
- Sabrie, H., & Ratih, D. (2018). Pengiriman Paket Menggunakan Grab Express Beserta Dengan Bentuk Pertanggungjawabannya. *Halu Oleo Law Review*, 2(2), 460-483.
- Sabrin, M. Y., Amin, H., & Fachruddin, S. (2020). Analisis Komunikasi Bisnis Pada Layanan Aplikasi Grab Di Kota Kendari. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO: Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi dan Informasi*, 4(3), 62-73.
- Sagara, Y. (2013). Profesionalisme internal auditor dan intensi melakukan whistleblowing. *Liquidity*, 2(1), 34-44.
- Sakti, A. (2019). *Orderan fiktif ojek online ditinjau dari prinsip bisnis islam (Studi Kasus Driver Grab 15 A Kota Metro)* (IAIN Metro).
- Salim, B., & Ihalauw, J. J. (2017). Transformasi Model Bisnis Go-Jek Untuk Keunggulan-Kompetitif Dalam Perkembangan Ekonomi-Berbagi Dari Sudut Pandang Pelanggan. *Journal of Business & Applied Management*, 10(2).
- Sandewa, B. N. P. (2018). *Pengaruh Integrated Marketing Communication Terhadap Brand Image dan Keputusan Konsumen Menggunakan Layanan Go-Ride dalam Aplikasi Transportasi Online Go-Jek di Kota Semarang* (Fakultas Bahasa dan Ilmu Komunikasi).

- Santoso, Y. A. (2018). *Penggunaan aplikasi Fake GPS pada mitra pengemudi PT Oke Jack Indonesia: studi analisa hukum Islam* (Universitas Islam Negeri Sunan Ampel).
- Sanubari, F. T., & Amalia, S. (2019). Gambaran Kepuasan Kerja Pada Pengemudi Layanan Jasa Transportasi Ojek Online. *Cognicia*, 7(1).
- Saputra, A. W., Budiono, H. W., & Yuwono, P. (2019). Mengapa Go-Jek? Studi mengenai motivasi pengemudi Go-Jek di Salatiga. *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*, 21(1), 13-18.
- Saputra, D., Winangsih, R., & Septa, R. Y. (2018). *Pengaruh Bauran Pemasaran 4P (Produk, Price, Place dan Promotion) Terhadap Keputusan Pelanggan dalam Menggunakan Aplikasi Transportasi Online (Survei pada Pengguna Aplikasi Gojek dan Grab di Kota Tangerang)* (Universitas Sultan Ageng Tirtayasa).
- Saputri, D. T. (2019). *Perlindungan Hukum Terhadap Driver Grab Bike Atas Orderan Fiktif Menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen Dan Hukum Islam (Studi Kasus Di Paguyupan Solidaritas Grab Tulungagung)*.iain.tulungagung.ac.id
- Sari, R. K. (2018). *Pertanggungjawaban Pidana Korporasi Gojek Atas Tindak Pidana Kecelakaan Lalu Lintas oleh Pelaku Driver Ojek Online di Yogyakarta*.uii.ac.id
- Sauqy, A. M. N. (2019). *Hubungan Sikap terhadap Perjanjian Kemitraan dengan Hardiness pada Driver Go-Car di Kota Semarang* (UNNES).
- Semiawan, C. R. (2010). *Metode penelitian kualitatif*. Grasindo.
- Septayuda, I. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Go-Jek di Kota Palembang. *MBIA*, 17(1), 25-34.
- Setiawan, E., & Septiani, S. (2018). Pengaruh E-Service Quality Dan E-Trust Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Moda Transportasi Grab di Tangerang Selatan. *J-MKLI (Jurnal Manajemen dan Kearifan Lokal Indonesia)*, 2(1), 54-61.
- Silalahi, S. L. B., Handayani, P. W., & Munajat, Q. (2017). Service quality analysis for online transportation services: Case study of GO-JEK. *Procedia Computer Science*, 124, 487-495.

- Simbolon, A. K. (2019). Dampak Transportasi Online (Go-Ride) Terhadap Penurunan Angka Pengangguran Di Kota Medan. *JEpa*, 4(2), 58-63.
- Sitorus, M. B. (2017). Interaksi Sosial di Ruang Virtual (Studi Deskriptif Rasionalitas Penggunaan Go-Jek dan Grab Taxi di Kalangan Masyarakat Kota Medan). *Usu.ac.id*
- Sudirman, E., Agus, A. A., & Khaer, N. (2018). Perlindungan Hukum Bagi Pengguna Jasa Transportasi Online di Kota Makassar (Studi Pengguna Jasa Grab Motor (Grabbike) Di Lingkungan Fakultas Ilmu Sosial Unm)". *Jurnal Tomalebbi*, (1), 168-181.
- Supriono, S. (2019). An Analysis On The Background Of Online Transportation Crew To Support The Tourism And Non-Tourism Activities (A Study On Online Transportation Drivers And Riders In Bandung). *Profit: Jurnal Administrasi Bisnis*, 12(1), 13-19.
- Soelistyowati, R. D. (2018). Peran Youtube dalam Membangun Brand Image Bagi Pengguna Aplikasi Go-Jek (Studi Deskriptif Kualitatif Peran Youtube dalam Komunikasi Pemasaran Online Bagi Pengguna Aplikasi Go-Jek tentang Iklan Promo Gojek Versi Kamu). In *DiMCC Conference Proceeding* (Vol. 1, pp. 165-176).
- Soesilowati, E. (2008). Dampak Pertumbuhan Ekonomi Kota Semarang Terhadap Kemacetan Lalulintas di Wilayah Pinggiran dan Kebijakan yang Ditempuhnya. *JEJAK: Jurnal Ekonomi dan Kebijakan*, 1(1).
- Soleh, A. N., Harini, C., & Djamaludin, D. (2018). The Effect of Service Quality, Price and Trust to Customer Satisfaction Users of Transportation Services Online Ojek (Study on Customers of Gojek in Semarang City). *Journal of Management*, 4(4).
- Strauss, A., & Corbin, J. (1998). *Basics of qualitative research techniques*. Thousand Oaks, CA: Sage publications.
- Suarniki, N. N., & Wijayanti, T. C. (2019). Strategi Manajemen PT Neo Global Era (Gojek) Banjarmasin. *Dinamika Ekonomi-Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 12(2), 430-448.

- Subagyo, S. Y., Muchsin, S., & Abidin, A. Z. (2019). Transportasi Online Dan Perubahan Sosial Dan Ekonomi Masyarakat (Studi Kasus Pada Driver Transportasi Online di Kota Malang). *Respon Publik*, 13(4), 25-29.
- Suhartanto, D., Helmi Ali, M., Tan, K. H., Sjahroeddin, F., & Kusdiby, L. (2019). Loyalty toward online food delivery service: the role of e-service quality and food quality. *Journal of foodservice business research*, 22(1), 81-97.
- Sujarweni, V. W. (2014). Metodologi penelitian: Lengkap, praktis, dan mudah dipahami. *Yogyakarta: Pustakabarupress*.
- Sumiarsih, S. (2019). *Pengaruh Citra Merek, Promosi, Kualiatas Layanan dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Ojek Online (Studi Pada Pengguna Gojek Mahasiswa UNISBANK Semarang)* (Universitas Stikubank).
- Sunaryo, H. S. P. (2019). Penyelenggaraan Pengangkutan Barang Menggunakan Sepeda Motor Melalui Layanan Grab Express. uii.ac.id
- Supardi, S., & Suharsimi, A. (2009). Penelitian Tindakan Kelas. *Jakarta: Bumi Aksara*.
- Suyarti, S., & Aprilianto, Y. (2019). Pengaruh Flextime Terhadap Jumlah Pesanan Gojek di Kota Bandar Lampung. *Jurnal Stie Gentiaras*, 11(1), 53-61.
- Suryatama, R. (2019). *Analisis Aplikasi Go-Ride pada PT. Go-Jek Indonesia di Surabaya dengan Menggunakan Metode Business Model Canvas untuk Mendapatkan Kepercayaan Pengguna* (Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya).
- Suryono, R. I., & Sukresna, I. (2019). *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pemakaian Ulang Melalui Kepercayaan Serta Citra Merek (Studi Pada Pengguna Gojek di Semarang)* (Fakultas Ekonomika & Bisnis Universitas Diponegoro).
- Susanti, D. O., & Shoimah, S. N. (2019). Implikasi Hukum Jual Beli Akun Pengemudi pada Layanan Jasa Taxi Online. *Jurnal Supremasi*, 9(1), 1-18.
- Sutrisno, D. T., Fathoni, A., & Harini, C. (2019). The Effect of Work Quality Work Totality and Work Competition Level on Gojek Driver Satisfaction in Semaranmg City and Quality of

- Services as A Mediation Variable. *Journal of Management*, 5(5).
- Sutrisno, T. (2018). *Strategi Komunikasi Driver Gojek Dalam Menarik Simpati Pelanggan (Studi pada Komunitas Gojek Demang di Palembang)* (UIN Raden Fatah Palembang).
- Syafariansyah, R. (2019). Dampak Transportasi Online Terhadap Sosial Ekonomi Masyarakat di Samarinda. *Jurnal Ekonomika: Manajemen, Akuntansi, dan Perbankan Syari'ah*, 7(2), 103-116.
- Syarif Hidayatulloh, D. (2018). Eksistensi Transportasi Online (Go Food) Terhadap Omzet Bisnis. *Seminar Nasional Sistem Informasi ,Fakultas Teknologi Informatika*, 1423-1429.
- Tarihoran, A. A. (2020). *Pelaksanaan Angkutan Sewa Khusus Terhadap Jasa Angkutan Taksi Online Di Bandar Udara Sultan Syarif Kasim Ii Pekanbaru Pada Peraturan Menteri Perhubungan Nomor 17 Tahun 2019 Tentang Angkutan Sewa Khusus* (Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).
- Tobing, T. K. (2017). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Transportasi Berbasis Aplikasi Menurut Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008. *Lex Crimen*, 6(5).
- Tony Sitinjak, M. M. (2019). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan dan Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Penggunaan Layanan Pembayaran Digital Go-Pay. *Jurnal Manajemen*, 8(2).
- Tumuwe, R., Damis, M., & Mulianti, T. (2018). Pengguna Ojek Online di Kalangan Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi Manado. *Holistik, Journal Of Social and Culture*.
- Ulfa, M. (2018). *Konstruksi Media Terhadap Konflik Transportasi Berbasis Online dan Transportasi Konvensional (Analisis Framing terhadap Media Online Kompas.com dan Tempo.co periode Februari 2017-Maret 2017)*. uii.ac.id
- Ulum, B. (2018). *Peranan Transportasi Online dalam Meningkatkan Pendapatan Ekonomi Rumah Tangga dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi kasus driver grabcar kota Makassar)* (Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar).
- Usman, M. Uzer. (2010), *Menjadi Guru Profesional*, PT. Remaja Rosda Karya, Bandung.

- Utami, M. C. (2019). Implementasi Analytical Hierarchy Process (Ahp) dalam Pemilihan E-Wallet untuk Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Matrik*, 21(3), 259-265.
- Utari, N. L., & Sharif, O. O. (2016). Analysis of Service Quality of Go-Jek Indonesia in Jabodetabek, Bandung, Surabaya, Bali and Makassar 2015. *Journal of Business and Management*, 18(4), 93-98.
- Utomo, H., Muh, E., Jonemaro, A., & Ananta, M. T. (2017). Perbandingan Usabilitas Aplikasi Taxi Online Android (Grab-car dan Uber) Menggunakan Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer e-ISSN*, 2548, 964X.
- Verasatiwi, I., & Wulan, R. R. (2018). Studi Fenomenologi Pengemudi Ojek Online Perempuan Di Kota Bandung Dalam Kajian Feminisme. *Journal Acta Diurna*, 14(1).
- Veronica, F., & Bakhtiar, A. (2019). Perbandingan Kualitas Layanan Transportasi Online Menggunakan Competitive Zone of Tolerance Based Importance Performance Analysis (Studi Pada Pelayanan Ojek Motor X dan Y di Semarang). *Industrial Engineering Online Journal*, 7(4).
- Wagiran, W., Munadi, S., & Fathudin, S. (2014). Pengembangan Model Penguatan Soft Skills dalam Mewujudkan Calon Guru Kejuruan Profesional Berkarakter. *Jurnal Kependidikan: Penelitian Inovasi Pembelajaran*, 44(1).
- Wahid, U., & Puspita, A. E. (2017). Upaya Peningkatkan Brand Awareness PT. Go-Jek Indonesia Melalui Aktivitas Marketing Public Relations. *Jurnal Komunikasi*, 9(1), 31-43.
- Wahyuni, K. M., Made Putra, M. P., & Darsana, I. W. (2014). Pengaruh Model Pembelajaran Team Game Turnament (Tgt) Melalui Variasi Reinforcement Terhadap Hasil Belajar IPS Siswa Kelas V Sd Gugus III Batuan Sukawati Tahun Pelajaran 2013/2014. *MIMBAR PGSD Undiksha*, 2(1).
- Wahyuni, P. M. (2017). Etika Bisnis Transportasi Online Dalam Era Globalisasi. Universitas Terbuka

- Wahyuningtyas, S. Y. (2016). The online transportation network in Indonesia: A pendulum between the sharing economy and ex ante regulation. *Competition and Regulation in Network Industries*, 17(3-4), 260-280.
- Wahyusetyawati, E. (2017). Dilema Pengaturan Transportasi Online. *Jurnal RechtsVinding*. ISSN, 2089-9009.
- Walfi, H. (2019). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Produktivitas Tenaga Kerja Ojek Online di Kota Bandar Lampung (Studi Kasus Go-Jek Kota Bandar Lampung).
- Wardani, B. A. (2018). Nasionalisasi Perusahaan Oostjava Stoomtram Maatschappij Di Surabaya Tahun 1950-1965. *Ilmu Sejarah-S1*, 3(4).
- Wardani, T. U. (2017). *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada bisnis jasa transportasi gojek (studi kasus mahasiswa Febi UIN Sumatera Utara)* (Universitas Islam Negeri Sumatera Utara).
- Watanabe, C., Naveed, K., & Neittaanmäki, P. (2016). Co-evolution of three mega-trends nurtures un-captured GDP-Uber's ride-sharing revolution. *Technology in Society*, 46, 164-185.
- Weber, Max. 1961. *Social Action and Types*. Editor Talcott Parsons. The Free Press New York.
- Wibisono, T., Universari, N., & Utaminingsih, A. (2018). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengguna Transportasi Gojek Di Kota Semarang: Sebuah Analisis Kualitatif. *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*, 19(2), 277-285.
- Wibowo, A. (2015). Aplikasi Reinforcement oleh Guru Mata Pelajaran dan Implikasinya Terhadap Bimbingan dan Konseling. *Guidena, Jurnal Ilmu Pendidikan, Psikologi, Bimbingan dan Konseling*, 5(2).
- Wicaksono, I. S. (2019). Pengaruh Kompensasi Dan Fleksibilitas Kerja Driver Gojek Terhadap Kinerja Dengan Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Intervening. Uii.ac.id
- Widhiasthini, N. W. (2019). Sisi Lain Praktek Transportasi Online Sebagai Transformasi Ekonomi Politik Di era revolusi industri 4.0. *Public Administration Journal of Research*, 1(4).

- Widiyatmoko, F. (2018). Dinamika Kebijakan Transportasi Online. *Journal of Urban Sociology*, 1(2), 55-68.
- Wijaya, H. (2018). Takyif Fiqh Pembayaran Jasa Transportasi Online Menggunakan Uang Elektronik (Go-Pay Dan OVO). *NUKHBATUL'ULUM: Jurnal Bidang Kajian Islam*, 4(2), 187-203.
- Wijayanto, Y. (2009). *Analisis Kecepatan Kendaraan Pada Ruas Jalan Brigjen Sudiarto (Majapahit) Kota Semarang dan Pengaruhnya Terhadap Konsumsi Bahan Bakar Minyak (BBM) (Program Pasca Sarjana Universitas Diponegoro)*.
- Wulandari, D. A. (2019). *Perlindungan hukum terhadap data privasi pengguna jasa grab (Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri (UIN) Syarif Hidayatullah Jakarta)*.
- Wulung, L. A., & Satyawan, I. A. (2019). Pengelolaan Manajemen Kecemasan dan Ketidakpastian Pengemudi Taksi Daring. *Research Fair Unisri*, 3(1).
- Yolanda D. (2019). *Suspend akun sepihak oleh Perusahaan Go-Jek dalam analisis perjanjian kemitraan (Jakarta: Fakultas Syariah Dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah)*.
- Yuliantari, K. (2017). SWOT dalam Menentukan Strategi Pemasaran pada PT Gojek Indonesia. *Widya Cipta: Jurnal Sekretari dan Manajemen*, 1(1), 92-99.
- Yuliyani, D. (2019). *Perbedaan Persepsi Konsumen pada Penggunaan Transportasi Online Gojek dan Grab di Kelurahan 16 Ulu Palembang (Universitas Muhammadiyah Palembang)*.
- Yunanik, S. (2019). Pemberian Penguatan Verbal dan Non-verbal untuk Meningkatkan Hasil Belajar Siswa dalam Pembelajaran Kepahlawanan dan Patriotisme. *Jurnal Penelitian dan Pengkajian Ilmu Pendidikan: e-Saintika*, 2(2), 98-104.
- Yunanto, T. K. (2016). *Pengaruh perceived ease of use, word of mouth, dan brand image terhadap keputusan penggunaan layanan jasa transportasi gojek di Kota Tangerang Selatan (UIN Syarif Hidayatullah Jakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis)*.

- Yunus, M. (2018). Go-Jek Sebagai Simbol Perubahan Sosial dan Ekonomi di Kota Tegal. *Equilibria Pendidikan: Jurnal Ilmiah Pendidikan Ekonomi*, 2(2), 59-68.
- Yunus, M., Hamdani, F. F. R. S., & Shofia, G. K. (2018). Tinjauan Fikih Muamalah Terhadap Akad Jual Beli Dalam Transaksi Online Pada Aplikasi Go-Food. *Amwaluna: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*, 2(1), 135-146.
- Yunus, M., Soesilowati, E., Setyowati, D. L., & Aرسال, T. (2019). Analisis Sistem Kerja Aplikasi Transportasi Online dalam Peningkatan Kinerja Driver. In *Prosiding Seminar Nasional Pascasarjana (PROSNAMPAS)* (Vol. 2, No. 1, pp. 1039-1043).
- Yunus, M., Soesilowati, E., Setyowati, D. L., & Aرسال, T. (2020). Can online transportation applications improve driver professionalism? *International Journal of Scientific and Technology Research*, 9(2), 3155-3159.
- Zamzami, M. C. (2015). Penguatan Pengalaman Keagamaan Di Sekolah. *J-PAI: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 1(2).
- Zainuddin, Z. (2019). Kerjasama Driver dengan Perusahaan Aplikasi Go-Jek Online Perspektif Fikih Ekonomi. *Hukum Islam*, 19(1), 101-113.
- Zhairina, S. A. (2017). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Driver Go-Ride di Kota Bandung* (Perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unpas Bandung).
- Zudia, M., & Nasir, M. (2010). *Analisis Penilaian Kinerja Organisasi dengan Menggunakan Konsep Balanced Scorecard pada PT Bank Jateng Semarang* (Universitas Diponegoro).

PROFESIONALISME DRIVER TRANSPORTASI ONLINE

Kehadiran transportasi *online* telah mengundang banyak pro dan kontra dimasyarakat. Transportasi *online* hingga saat ini menimbulkan banyak perdebatan diberbagai kalangan. Konsumen memberikan sambutan yang antusias dengan adanya transportasi *online*. Antusiasme juga datang dari masyarakat yang belum mendapatkan pekerjaan, dan kelompok pekerja yang memanfaatkan menjadi *driver* transportasi *online* untuk mencari tambahan pendapatan. Saat ini profesi *driver* transportasi *online* merupakan salah satu pekerjaan yang paling diminati. Hubungan antara perusahaan perusahaan *online* dengan *driver* adalah perjanjian mitra, sehingga sistem kerja yang fleksibel.

Perusahaan transportasi *online* memiliki mekanisme untuk mengatur *driver* menjadi *driver* yang profesional. Salah satu uapaya yang dilakukan oleh perusahaan yaitu dengan memberikan insentif dan sanksi kepada mitra *driver*. Insentif diberikan kepada *driver* dengan kinerja yang baik. Insentif yang diberikan perusahaan berupa bonus dan memberikan prioritas kepada akun aplikasi *driver*. Sanksi yang diberikan kepada *driver* mulai dari *suspend* 30 menit, menjadikan akun *driver* menjadi akun yang tidak diprioritaskan dan pemutusan mitra bagi *driver* yang terbukti melanggar peraturan berat seperti jual beli akun, pelecehan