

**LAPORAN
PENELITIAN KELOMPOK**



DILEMA SOSIAL OJEK ONLINE (GOJEK)

Disusun oleh:

Grendi Hendrastomo, MM, MA NIP 198201172006041002
Nur Endah Januarti, MA NIP 198901062014041001
V. Indah Sri Pinasti, M.Si NIP 195901061987022001
Mirza Aulia NIM 14413241022
Astri Testiningtyas Firman NIM 14413241021
Taufiq Tri Hidayat NIM 14413244009

**JURUSAN PENDIDIKAN SOSIOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
2016**

**Penelitian ini dibiayai dengan Dana DIPA
Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Yogyakarta
SK Dekan FIS UNY Nomor: 71/UN34.14/KU/2016, Tanggal 10 Mei 2016
Surat Perjanjian Pelaksanaan Penelitian
Nomor: 1684c/UN34.14/LT/2016 Tanggal 1 Juni 2016**

**LEMBAR PENGESAHAN
LAPORAN PENELITIAN KELOMPOK**

1. Judul Penelitian

DILEMA SOSIAL OJEK ONLINE (GOJEK)

2. Jenis Penelitian : Penelitian Kelompok

3. Ketua Peneliti

Nama Lengkap : Grendi Hendrastomo, MM, MA
NIP/ Golongan : 198201172006041002/ III.c
Pangkat/ Jabatan : Penata/Lektor
Prodi/Jurusan : Pendidikan Sosiologi/ Pendidikan Sosiologi
Bidang Keilmuan : Sosiologi
Telp dan Email : 08121556574/ghendrastomo@uny.ac.id

4. Tim Peneliti

No.	Nama	Keterangan
1	Nur Endah Januarti, MA NIP. 198901062014042001	Dosen Prodi Pend. Sosiologi FIS UNY
2	V. Indah Sri Pinasti, M.Si NIP. 195901061987022001	Dosen Prodi Pend. Sosiologi FIS UNY
3	Mirza Aulia NIM. 14413241022	Mahasiswa Prodi Pend. Sosiologi FIS UNY
4	Astri Testiningtyas Firman NIM. 14413241021	Mahasiswa Prodi Pend. Sosiologi FIS UNY
5	Taufiq Tri Hidayat NIM. 14413244009	Mahasiswa Prodi Pend. Sosiologi FIS UNY

5. Lokasi Penelitian : Yogyakarta

6. Waktu Penelitian : 6 (enam) bulan

7. Dana yang diusulkan : Sepuluh Juta Rupiah

Yogyakarta, 27 Oktober 2016
Ketua Peneliti,


Grendi Hendrastomo, MM, MA
NIP. 198201172006041002

Ketua Jurusan Pend. Sosiologi
FIS UNY


Grendi Hendrastomo, M.M, M.A
NIP. 198201172006041002

Mengetahui,
Dekan FIS
Universitas Negeri Yogyakarta


Prof. Dr. Ajat Sudrajat, M.Ag
NIP. 196203211989031001

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
DAFTAR ISI	iii
ABSTRAK	iv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian	3
D. Manfaat Penelitian	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Masyarakat dan Teknologi	5
B. Berbagi Kendaraan	6
C. Redistribusi berbasis Teknologi	7
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Desain Penelitian	9
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	9
C. Teknik Sampling	9
D. Alur dan Proses Penelitian	9
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Driver Gojek sebagai Aktor Industri Ride-Sharing	12
B. Gojek: Ojek Online	14
C. Mengapa Memilih Menjadi "Tukang" Ojek Online	25
D. Kontribusi Sosial Gojek	30
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	36
DAFTAR PUSTAKA	39

ABSTRAK

Kebutuhan masyarakat akan sarana transportasi yang nyaman, aman dan murah selama ini menjadi dambaan. Perkembangan teknologi yang semakin massif pada akhirnya mampu menjawab tantangan itu. Go-Jek merupakan salah satu aplikasi berbasis teknologi yang memudahkan individu melakukan mobilisasi. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui cara kerja Go-Jek, faktor yang mendorong individu untuk bergabung dan menjadi pengemudi Go-Jek serta kontribusi sosial gojek.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dimana data didapatkan dari wawancara dengan pengemudi gojek yang beroperasi di Yogyakarta. Untuk mendapatkan data yang mendalam dan komprehensif maka pengemudi yang dipilih didasarkan atas pertimbangan usia dan gender. Ada 9 informan yang terlibat dalam penelitian ini. Dimana masing-masing informan berasal dari beragam latar belakang sosial ekonomi yang berbeda.

Gojek menawarkan sistem kerja yang efektif dan efisien dimana gojek tidak hanya menyediakan aplikasi teknologinya tetapi juga melakukan rekrutmen hingga menghubungkan driver dengan penumpang. Bisnis ini sangat menjanjikan karena gojek tinggal mengelola sistem aplikasinya sedangkan sepeda motor sebagai moda transportasi dimiliki secara personal oleh driver. Faktor yang mendorong driver tertarik untuk bekerja 'ngojek' antara lain melihat pada hasil, fleksibilitas jam kerja, bisa menjadi pekerjaan sampingan, ajakan teman, status pekerjaan, tambah teman, sistem kerja, dan kebutuhan akan pekerjaan. Gojek mengubah cara orang menempatkan tukang ojek menjadi lebih dihargai dimana ditunjukkan dengan minat masyarakat untuk menjadi driver gojek dan pendapatan yang menggiurkan. Kontribusi sosial keberadaan gojek ada pada kontribusi dalam penyerapan tenaga kerja, penciptakan peluang pekerjaan dalam jumlah besar, alternative pilihan pekerjaan, menciptakan status pekerjaan yang baru, alternative pengisi waktu luang, kemandirian ekonomi, menciptakan peluang yang sama bagi siapa saja untuk mandiri secara ekonomi dengan modal yang tidak besar, melatih kemandirian sosial, mendorong perubahan sosial.

Kata Kunci: Gojek, Kontribusi Sosial, Tukang Ojek, Ride Sharing

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi memaksa manusia untuk berubah. Satu dekade terakhir masyarakat mulai membiasakan diri dengan semakin masifnya pengembangan teknologi. Kemunculan internet yang kemudian diikuti dengan kemajuan dan kemudahan alat komunikasi telah mengubah pandangan manusia tentang teknologi. Revolusi teknologi dimulai dari era diperkenalkannya internet yang kemudian telah mengubah perilaku manusia menjadi lebih kritis dan sensitive terhadap perubahan rasa dan selera dimana pada akhirnya mengubah seluruh tatanan kehidupan (Irianto, 2015). Salah satu tatanan yang mengalami perubahan gradual adalah sector ekonomi dimana revolusi teknologi telah mengubah cara masyarakat dalam memproduksi, distribusi dan mengkonsumsi segala sesuatu. Menurut Fajrian (2012:46) saat ini revolusi telah memasuki fase ketiga dimana revolusi yang pertama merupakan revolusi industry yang ditandai dengan penemuan mesin (uap) yang pada akhirnya sedikit banyak telah menggantikan peran manusia dan ternak (hewan) dalam proses produksi. Fase revolusi kedua ditandai dengan penerapan jalur perakitan untuk meningkatkan efektifitas dan efisiensi proses produksi (fordisme) dimana revolusi ini memungkinkan produksi dilakukan secara massal. Produksi dengan model fordisme menekan harga jual dan memperbesar pasar secara cepat. Fase revolusi ketiga diawali dengan semakin berkembangnya teknologi terutama teknologi digital dimana proses ini membuat proses produksi, distribusi dan konsumsi menjadi jauh lebih efisien. Revolusi teknologi juga kemudian menjadi awal dari perubahan pola perilaku dan perubahan struktur social di masyarakat.

Revolusi teknologi mendorong perubahan dan perkembangan industry yang berbasis digital. Hal ini juga didorong dengan semakin tergantungnya masyarakat atas informasi yang cepat sehingga menyebabkan teknologi digital tumbuh dan berkembang dengan pesat. Industry digital tumbuh dengan memunculkan perubahan dan kemudahan sebagai jargon untuk menarik minat masyarakat. Terlebih masyarakat yang saat ini merupakan generasi Y dan Z yang memang tumbuh dan berkembang seiring dengan kelahiran dan perkembangan teknologi.

Industri berbasis digital tumbuh dan berkembang dengan cepat dengan dukungan layanan internet, kemudahan perangkat (gadget/telepon pintar) hingga kebutuhan masyarakat akan kemudahan yang pada akhirnya menjadi pemicu kelahiran aplikasi-aplikasi digital berbasis layanan data yang

memudahkan manusia dalam berinteraksi maupun pendukung aktivitas sehari-hari. Era booming media social (facebook, twitter, instagram, dll) saat ini diikuti dengan merebaknya berbagai aplikasi-aplikasi yang memudahkan manusia dalam melakukan apa yang mereka inginkan. Lapak-lapak online (toko online) mulai banyak bermunculan dan mengubah cara masyarakat dalam berbelanja. Pasar dalam konsep tradisional telah berganti rupa dengan penyediaan barang secara maya melalui kanal-kanal online yang menyediakan kemudahan dalam berbelanja, bertransaksi dengan sekali klik memberikan adiksi bagi masyarakat untuk selalu menggunakannya. Kemudahan itu kemudian didukung dengan aplikasi yang bisa diunduh di telepon sehingga dimanapun dan kapanpun masyarakat dapat bertransaksi secara mudah dan cepat tanpa perlu menatap layar monitor computer di rumah. Kemudahan-kemudahan tersebut tidak hanya didukung oleh pengembangan teknologi tetapi juga didorong oleh keinginan masyarakat (konsumen) akan kemudahan.

Layanan aplikasi untuk memudahkan konsumen pada akhirnya kemudian berkembang dengan memberikan kemudahan dalam beberapa kegiatan penunjang aktivitas masyarakat. Salah satu yang kemudian berkembang adalah layanan ride sharing (berbagi kendaraan) yang pada awalnya bertujuan untuk memudahkan masyarakat memperoleh kendaraan sebagai alat transportasi yang aman, cepat dan pasti. Gagasan ride sharing ini dimulai dengan munculnya uber taxi yang disusul dengan beberapa aplikasi lainnya mulai dari grabbikike hingga gojek. Pada awalnya layanan ride sharing ini banyak ditentang terutama oleh penyedia transportasi yang telah mapan. Bahkan hingga sekarang konflik antara penyedia transportasi tradisional versus berbasis aplikasi masih tampak nyata dan tidak menunjukkan tanda-tanda adanya konsensus.

Di Indonesia layanan ride sharing yang cukup heboh dan menyita perhatian public adalah kemunculan gojek dimana aplikasi ini sebenarnya hanya menyediakan teknologi untuk memudahkan masyarakat memperoleh layanan ojek secara cepat dan pasti. Gojek menjadi salah satu layanan aplikasi ride sharing yang besar dimana secara ekonomi ini merupakan bagian dari ekonomi kreatif untuk memaksimalkan efisiensi dan melawan kekarutmarutan system transportasi massal yang ada saat ini. Secara ekonomi gojek mampu menghasilkan keuntungan baik dari pihak penyedia aplikasi teknologi maupun driver (pengojek). Gojek memiliki keunggulan untuk mempertemukan pengojek dengan konsumen dengan cepat dan sesuai dengan wilayah sehingga konsumen dapat dengan cepat mendapatkan ojek. System yang digunakan gojek merupakan system bagi hasil dimana gojek membagi pendapatan dengan skema 20:80, dimana keuntungan yang didapat akan diberikan 80% untuk driver dan

20% untuk penyedia layanan teknologi (Satria, 2015). Saat ini gojek tidak hanya tersedia di Jakarta sebagai ibukota Negara tetapi sudah merambah ke kota-kota lain termasuk Yogyakarta. Gojek mulai November 2015 secara resmi membuka pangsa pasarnya di Yogyakarta. Sebagai salah satu kota pendidikan dan destinasi wisata, keberadaan gojek diyakini akan banyak membantu masyarakat dalam meningkatkan nilai aktivitas dan berkendara. Saat ini ada sekitar 200 orang pengojek yang telah bergabung di gojek (Atmasari, 2015). Pola aktivitas yang berbeda dengan ojek konvensional dan juga fleksibilitas dalam bekerja disatu sisi menjadi nilai lebih tetapi disisi lain memunculkan kekhawatiran secara social. Di Jakarta, gojek ditentang oleh ojek tradisional dimana gojek dianggap mengambil penumpang ojek tradisional. Dengan system yang tidak mangkal memberikan kesempatan gojek untuk mendapatkan penumpang hanya dengan melihat layar telepon pintar untuk mengetahui keberadaan calon konsumennya. Ini berbeda dengan ojek tradisional yang mengandalkan tempat mangkal untuk menunggu calon penumpang. Dengan kata lain gojek dengan teknologinya mendekati penumpang, sedangkan ojek pangkalan menunggu penumpang.

Keberadaan gojek menjadi fenomena social ekonomi yang menarik untuk dikaji, sejak diluncurkan di Jogja tidak banya media yang memberitakan konflik yang muncul akibat keberadaan gojek. Hingga kini heboh gojek di Jakarta tidak jelas terlihat di Yogyakarta. Penelitian tentan ojek online selama ini kajian lebih banyak berkuatat terkait dengan system bagi hasil, karir yang menarik yang mendapat tambahan penghasilan menarik ketika menjadi pengojek. Secara social dampak yang ditimbulkan belum banyak dikaji terkait dengan pola perilaku penumpang, hubungan industry, dan kompetisi dengan ojek tradisonal, sehingga kajian social gojek (ojek online) menarik dan penting untuk dilakukan.

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana sistem kerja gojek?
2. Apa faktor yang melatarbelakangi menjadi driver gojek?
3. Apa kontribusi gojek secara sosial?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui akibat perubahan perilaku masyarakat terutama dalam mengkonsumsi transportasi secara online. Transportasi online dalam hal ini penyediaan aplikasi ride sharing yang digagas oleh gojek yang merupakan revolusi dalam penyediaan transportasi berbasis aplikasi yang sifatnya *peer to peer* dimana aplikasi gojek menghubungkan antara

pengojek dengan penumpang (konsumen). Sehingga tujuan penelitian ini difokuskan untuk mengetahui:

1. Sistem kerja yang dikembangkan gojek
2. Faktor yang melatarbelakangi menjadi driver gojek
3. Kontribusi sosial gojek

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini nantinya berupaya untuk mengetahui keuntungan yang diberikan gojek (aplikasi) secara social bagi masyarakat dan mengungkap akibat social dari keberadaan gojek. Hasil dari penelitian ini nantinya dapat menjadi salah satu sumber kajian untuk mendiskusikan berbagai permasalahan dan akibat yang muncul dengan maraknya aplikasi-aplikasi sejenis (*ride sharing*) yang sering memunculkan konflik antara model penyediaan transportasi lama dengan model baru (berbasis teknologi).

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Masyarakat dan Teknologi

Perubahan dalam kehidupan mendorong manusia untuk bisa beradaptasi terhadap perkembangan yang ada. Teknologi menjadi salah satu pemicu perubahan sosial di masyarakat. Tiap detik ditemukan teknologi baru yang mengubah kehidupan. Manusia tidak pernah terpikir bahwa kemunculan handphone, internet, komputer akan mengubah kehidupan dari banyak sisi. Teknologi memunculkan perubahan dan adaptasi dari setiap generasi. Revolusi teknologi dimulai dari media informasi sebagai ranah pertama yang terkena pengaruh revolusi teknologi, dimana salah satunya mulai banyaknya konversi buku, majalah dalam versi digital. Banyak Koran terkenal di dunia mulai terimbas maraknya Koran digital (epaper) sehingga hampir semua penerbit besar selalu memiliki laman digital sebagai salah satu bentuk adaptasi terhadap perkembangan teknologi.

Teknologi saat ini sudah melampaui apa yang dibayangkan dimana hampir semua orang terpapar imbas teknologi. Hampir semua aspek kehidupan melibatkan campur tangan teknologi, mulai dari komunikasi, kegiatan domestic, pendidikan dan pengajaran, ekonomi, politik, otomotif dan beraneka ragam aktivitas manusia selalu berbau teknologi. Hal tersebut menciptakan sebuah masyarakat digital dimana salah satu cirinya adalah tidak pernah bisa lepas dari teknologi dan menggunakan teknologi sebagai bagian kebutuhan primer.

Era saat ini sangat berbeda dengan awal 80. Masyarakat/individu memiliki lingkungan sosial yang berbeda, termasuk didalamnya bagaimana konsumsi/perilaku masyarakat mengalami revolusi, dari berbasis offline menuju online. Sebagian besar masyarakat saat ini merupakan generasi Y dan Z dimana generasi ini merupakan bagian awal dari masyarakat digital. Masyarakat digital merupakan istilah untuk mengklasifikasikan masyarakat yang sejak lahir dan besar sudah berhubungan dengan teknologi. Masyarakat di banyak kota besar saat ini merupakan manusia yang secara alami sudah bersinggungan dengan teknologi sejak pertama kali mereka dilahirkan (digital native) (Liang Ting, 2015). Menurut Junco (Liang Ting, 2015:25) digital native merupakan sebutan untuk generasi yang mentautkan diri mereka dengan penggunaan informasi dan teknologi untuk mengakses, membuat, menyebarkan segala informasi, video, teks melalui jaringan dalam kehidupan duniawi mereka yang menyenangkan. Generasi ini juga berusaha melakukan berbagai aktivitas melalui cara yang berbeda terutama dengan bantuan teknologi. Masyarakat saat ini memiliki

kompetensi digital dimana mereka bisa memproduksi dan menjadi konsumen informasi digital (Hatlevik dan Christophersen dalam Liang Ting, 2015:25).

B. Berbagi Kendaraan (Ride Sharing)

Ride sharing sebenarnya sudah menjadi salah satu solusi untuk mengatasi permasalahan transportasi di banyak kota besar (Rogers, 2015; Fraiberger & Sundararajan, 2015). Konsep *ride sharing* sendiri baru mulai populer di Indonesia satu tahun belakangan dengan heboh platform berbasis teknologi seperti gojek, grabcar, grabbike dan uber. Secara umum *ride sharing* adalah konsep yang menekankan pada sharing atau berbagi kendaraan dengan orang lain dengan tujuan untuk mendapatkan cara yang lebih ekonomis dalam bepergian (RideHunt, 2015). Di Indonesia istilah yang paling tren untuk *ride sharing* adalah *nebeng*. Pada awalnya konsep *ride sharing* ini diawali dengan system *pooling* dimana kendaraan baik mobil, bus disewa secara bersama-sama oleh sekelompok orang untuk bepergian. Model ini sering dan dengan mudah dijumpai menjelang hari raya besar keagamaan seperti lebaran, wisata pendidikan dan banyak model lainnya. Model *pooling* ini memudahkan individu untuk bepergian kesatu lokasi dengan biaya yang jauh lebih ekonomis dibanding bepergian secara individual. Model *pooling* secara konvensional biasanya di gawangi oleh satu atau kelompok kecil orang yang menawarkan ke banyak orang untuk bepergian secara bersama-sama demi untuk mengurangi ongkos transportasi.

Konsep *pooling* seperti itu yang kemudian saat ini dikembangkan dengan mengadung teknologi yang berkembang semakin pesat yang kemudian melahirkan berbagai konsep baru yang disebut *real time ride sharing* (RideHunt, 2015). Dengan penetrasi internet yang semakin massif dan individual konsep tersebut mendorong munculnya banyak platform *ride sharing* yang sengaja dikembangkan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Platform seperti uber, gojek, grabcar, grabbike, ridehunt dapat berkembang secara massif berkat gelontoran modal ventura yang mendanai pengembangan platform-platform ini sehingga bisa dikembangkan sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Layanan *real time ride sharing* berbeda dengan *ride sharing (pooling)* yang dikembangkan secara konvensional dimana penyedia layanan memposting pengumuman terkait dengan waktu dan lokasi penjemputan/berkumpul, layanan ini menggunakan system (robot) yang secara aktif mencarikan permintaan/penawaran kendaraan yang sesuai kebutuhan konsumen dalam hitungan detik, sehingga konsumen/penumpang tidak lagi membutuhkan waktu lama untuk memilih kendaraan tumpangan yang sesuai. Kemampuan ini sering kali juga dipercantik

dengan kemampuan system untuk mempertimbangkan preferensi konsumen dalam menumpang atau berkendara (RideHunt, 2015).

Ride sharing berbasis teknologi menggunakan platform *peer to peer* yang mempertemukan pasar dengan individu atas berbagai variasi termasuk salah satunya di bidang transportasi, hotel, makanan dsb. Platform *peer to peer* saat ini menjadi bagian dari kapitalisasi ekonomi di mana angka yang besar mendorong berbagai model bisnis menggunakan platform ini. Fraiberger & Sundararajan (2015) mencontohkan platform Airbnb yang memberikan kesempatan pemilik rumah untuk menyewakan bagian kosong rumahnya bagi orang lain membukukan tamu yang menggunakan platformnya sebanyak 375.000 permalam pada tahun 2014, dan nilai kapitalisasi platform ini pada tahun 2015 telah mengalahkan nilai kapitalisasi hotel terkenal yang menyediakan layanan secara konvensional. Uber yang menjadi layanan taxi yang ditentang di banyak negara sampai saat ini masih dianggap memiliki prospek dan memiliki valuasi nilai yang besar (sekitar \$40 juta) (Rogers, 2015:85).

C. Redistribusi berbasis Teknologi

Layanan aplikasi ojek online (gojek) sebenarnya secara tradisional menjadi semacam perantara untuk kemudian mendistribusikan ke individu lain yang membutuhkan. Dalam konsep sosiologi ekonomi dikenal dengan konsep redistribusi. Sahlin (Damsar & Indrayani, 2009:107-108) menyamakan redistribusi dengan pooling, perpindahan barang dan jasa yang tersentralisasi, yang melibatkan proses pengumpulan kembali dari anggota kelompok melalui pusat dan membagi kembali ke anggota kelompok. Redistribusi banyak dilakukan di masyarakat tradisional dengan model bahwa masyarakat melakukan pengumpulan untuk didistribusikan kembali.

Seiring dengan perkembangan teknologi dan pertumbuhan platform berbagi termasuk didalamnya ride sharing konsep redistribusi mengalami perkembangan dimana dalam kasus ojek online (gojek) redistribusi digagas oleh penyedia layanan dengan melakukan pengumpulan permintaan secara terpusat untuk kemudian di share ke pengojek. Dalam model ini gojek menjadi aplikasi pengumpul sekaligus penyebar informasi dengan cepat sehingga penumpang dan pengojek dapat terkoneksi secara cepat.

Starup teknologi seperti gojek, uber merupakan starup yang menerapkan konsep redistribusi secara cepat. Dengan kecanggihan dan kemuktahiran teknologi dimungkinkan gojek menjadi pelayan bagi kebutuhan masyarakat akan informasi terkait dengan bidang transportasi. Redistribusi yang merupakan konsep dari Polanyi dalam kajiannya tentang keterlekatan (*embededness*)

dimana pada dasarnya ekonomi tidak hanya berfokus tentang keuntungan tetapi juga memberikan dampak secara social kepada masyarakat (Swedberg, 2003:28; Hertz, 2016). Aplikasi gojek membawa banyak perubahan pada konsep redistribusi yang sering tidak mungkin muncul dalam masyarakat modern dimana redistribusi pada masyarakat modern lebih berbasis pada negara. Gojek memberikan hubungan personal antara pengojek dengan penumpang dimana penumpang berhak untuk menentukan/memilih pengojek yang dekat dan sesuai dengan karakteristik yang diinginkan. Melalui gojek penumpang berhak memilih alih-alih dipaksa untuk menentukan siapa pengojek yang akan memberi tumpangan. Walaupun demikian redistribusi yang dilakukan oleh gojek dan platform aplikasi ride sharing lainnya tetaplah berbasis pada bisnis keuntungan. Sehingga secara kritis sebenarnya merupakan bentuk kapitalisme model baru dimana masyarakat diberi kemudahan tetapi dengan model dan system yang sudah ditentukan.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan paparan deskriptif analisis. Metode ini digunakan untuk memperoleh gambaran yang lebih jelas, menggali data melalui wawancara mendalam, untuk memenuhi tujuan penelitian ini. Menurut Patton (2012:14) pendekatan kualitatif memberikan fasilitas untuk mendalami isu-isu, kajian secara detail dan mendalam. Sesuai dengan tujuan penelitian untuk mengetahui latar belakang menjadi pengemudi gojek dan mengetahui kontribusi sosial/penerimaan masyarakat, maka pendekatan kualitatif dipilih untuk lebih menggali cerita naratif dari informan sehingga data-data yang diperlukan dapat diperoleh secara mendalam.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Yogyakarta dengan objek penelitian pengojek (driver gojek yang terdaftar secara resmi). Setting tempat untuk melakukan wawancara disesuaikan dengan kesediaan pengemudi gojek yang dipilih sebagai informan. Beberapa wawancara dilakukan di kawasan kampus UGM dan UNY, dan di beberapa gerai convenience store. Secara umum pilihan untuk memilih lokasi di Yogyakarta dikarenakan alasan penetrasi aplikasi gojek baru-baru ini merambah Yogyakarta tepatnya di bulan November/Desember 2015 sehingga beberapa informan pun juga merupakan pengemudi gojek yang sedari awal masuk Yogyakarta sudah tertarik untuk bergabung.

Penelitian ini dilaksanakan dari Mei 2016 hingga akhir Oktober 2016.

C. Teknik Sampling

Informan dalam penelitian ini berjumlah 9 orang yang diambil secara purposive sampling berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan peneliti untuk menjawab rumusan masalah. Kriteria informan yang dipilih (1) driver gojek usia dibawah 45 tahun dan diatas 45 tahun, (2) driver gojek laki-laki dan perempuan. Kriteria tersebut ditetapkan peneliti untuk memperluas analisis sehingga data yang dikumpulkan menyeluruh. Dari hasil wawancara maka 9 orang driver gojek terdiri dari 3 perempuan, 6 laki-laki, 1 perempuan berusia diatas 45 tahun, 2 laki-laki berusia diatas 45 tahun, 2 perempuan berusia dibawah 45 tahun dan 4 laki-laki berusia dibawah 45 tahun.

D. Alur dan Proses Penelitian

Alur dan proses penelitian ini mengikuti skema penelitian kualitatif dengan observasi dan wawancara untuk memperoleh data primer serta dukungan data

sekunder untuk melengkapi data. Berikut gambaran alur dan proses secara umum:

1. Observasi

Suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan pengamatan dan pencatatan dengan sistematis fenomena-fenomena yang diselidiki. Dengan observasi tersebut mengoptimalkan kemampuan peneliti dari segi motif, kepercayaan, perhatian, perilaku tak sadar, kebiasaan, dan sebagainya. Observasi memungkinkan pengamat untuk melihat dunia sebagai mana yang dilihat oleh subjek penelitian, menangkap arti fenomena dari segi pengertian subjek, menangkap kehidupan budaya dari segi pandangan dan anutan para subjek pada keadaan waktu itu. Pengamatan memungkinkan peneliti merasakan apa yang dirasakan dan dihayati oleh subjek sehingga peneliti juga dapat menjadi sumber data. Pengamatan memungkinkan pembentukan pengetahuan yang diketahui bersama, baik dari pihaknya atau dari pihak subjek.

2. Interview

Suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan mengadakan tanya jawab langsung dengan informan sehingga diperoleh data yang lebih jelas. Selanjutnya dalam penelitian wawancara tersebut memakai pertanyaan dalam garis besar atau pokok-pokok pertanyaan yang baku dulu (interview guide). Pokok-pokok yang dirumuskan tidak perlu ditanyakan secara berurutan. Petunjuk wawancara hanyalah berisi petunjuk secara garis besar tentang proses dan isi wawancara untuk menjaga agar pokok-pokok yang direncanakan dapat tercakup seluruhnya. Kemudian disertai pertanyaan-pertanyaan yang justru nantinya dapat memancing subjek penelitian untuk lebih terbuka dan jujur seperti kenyataannya.

3. Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan untuk mencari literatur yang relevan dengan topik penelitian berupa majalah, tabloid, artikel, maupun jurnal penelitian yang sesuai dengan topik bahasan penelitian ini. Dokumentasi diperlukan dalam penelitian kualitatif karena selain sifatnya yang alamiah, sesuai dengan konteks, lahir dan berada dalam konteks juga setelah dapat hasil pengkajian isi akan membuka kesempatan untuk lebih memperluas pengetahuan terhadap sesuatu yang diselidiki.

4. Analisis Data

Data dan informasi yang terkumpul demikian banyak dan kompleks serta masih campur aduk direduksi dengan memilih yang relevan dengan topik penelitian yang disajikan. Proses pemilihan data ini difokuskan pada data yang mengarah ke pemecahan masalah, penemuan, pemaknaan atau untuk menjawab

pertanyaan penelitian. Berbagai data dan informasi tentang permasalahan penelitian diformulasikan secara lebih sederhana, disusun secara sistematis dengan menonjolkan hal-hal yang bersifat substantif, sehingga dapat memberikan abstraksi yang lebih tajam tentang kebermaknaan hasil temuan. Teknik triangulasi digunakan untuk mengecek kebenaran temuan data dan informasi dengan melakukan kroscek pada berbagai informan kunci dalam penelitian. Validasi data dalam penelitian ini juga dengan cara membandingkan data antar sekolah yang menjadi obyek penelitian.

Penyajian data dan informasi hasil penelitian selanjutnya disajikan dalam bentuk narasi wawancara agar lebih mudah dipahami interaksi antar bagian-bagian dalam konteks yang utuh. Akhirnya peneliti menarik kesimpulan atau verifikasi keterkaitan antar variabel-variabel dalam penelitian berdasarkan fakta empiris temuan-temuan di lapangan. Verifikasi dilakukan dengan tujuan memperoleh konsensus atau komfirmabilitas atas interpretasi tentang permasalahan penelitian.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Driver Gojek sebagai Aktor Industri Ride-Sharing

Gojek adalah sebuah industri ride-sharing terdiri atas berbagai aktor yang berpengaruh dalam kelangsungan proses bisnis. Industri yang menggunakan model berbasis aplikasi internet ini terdiri atas perusahaan gojek yang memiliki sistem, driver gojek, konsumen, berbagai peralatan seperti aplikasi, *gadget*, sepeda motor, dan berbagai simbol identitas perusahaan. Berbagai aktor tersebut saling berkaitan dalam kelangsungan proses bisnis gojek.

Salah satu aktor penting dalam bisnis gojek adalah driver. Driver adalah petugas yang berhubungan langsung dengan konsumen. Driver gojek akan menggunakan berbagai peralatan seperti sepeda motor, aplikasi, dan simbol identitas sebagai penanda. Berbagai hal tersebut adalah fasilitas yang diupayakan oleh perusahaan dan digunakan untuk dapat berinteraksi langsung dengan customer. Driver sebagai aktor utama industri gojek berasal dari masyarakat yang secara sadar terlibat dalam sistem industri berbasis aplikasi ini. Latar belakang, motivasi dan kinerja driver sangat mempengaruhi kelangsungan industri gojek. Untuk dapat mengkaji lebih dalam terkait dinamika industri gojek maka driver gojek menjadi aktor yang penting untuk ditelaah lebih dalam.

Dalam penelitian ini kami mengkaji beberapa informan untuk dapat menelaah lebih dalam terkait dinamika industri gojek. Melalui indikator dalam penentuan informan dirumuskan dalam beberapa kriteria yakni status driver gojek sebagai pekerjaan utama dan bukan pekerjaan utama, driver dengan usia golongan tua dan muda, serta faktor menjadi driver gojek yang merupakan peralihan dari ojek pangkalan dan pertama kali bekerja sebagai ojek. Kategori driver gojek tidak dibedakan baik laki-laki dan perempuan karena dalam skala mata pencaharian tidak ada perbedaan laki-laki dan perempuan. Namun hal yang menarik dari hasil penelitian ditemukan bahwa ada perbedaan motivasi dari driver gojek laki-laki dan perempuan dalam orientasi pekerjaan sebagai driver gojek. Selain itu driver gojek yang menjadi informan adalah driver yang beroperasi di kawasan Yogyakarta. Dari berbagai hal tersebut akhirnya dirumuskan menjadi faktor yang mempengaruhi motivasi, produktivitas dan konsekuensi sosial dari pekerjaan sebagai driver gojek.

Berikut deskripsi umum informan :

Status	Usia	Latar Belakang
Driver gojek sebagai pekerjaan utama	Kategori tua didefinisikan dalam penggolongan usia di atas 45 tahun atau dalam kategori umur merupakan anggota masyarakat yang sudah masuk dalam golongan lansia awal	Peralihan dari ojek pangkalan (sebelumnya sudah memiliki pengalaman sebagai tukang ojek)
Driver bukan pekerjaan utama	Kategori muda didefinisikan dalam batasan usia di bawah 45 tahun yang mana dalam kategori umur adalah masyarakat dalam golongan dewasa akhir, dewasa awal, remaja akhir dan remaja awal.	Pertama kali bekerja sebagai tukang ojek (belum memiliki pengalaman sebagai tukang ojek)

Informan yang dijadikan obyek penelitian pada penelitian kali ini sebanyak 9 orang dengan latar belakang sesuai dengan indikator yang ditentukan. Adapun 9 informan tersebut adalah :

No	Nama	Deskripsi
1	Supriadi	Driver gojek laki-laki usia 43 tahun. Gojek merupakan pekerjaan sambilan. Peralihan dari ojek pangkalan (sebelumnya sudah memiliki pengalaman sebagai tukang ojek)
2	Sulistyowati	Driver gojek perempuan usia 35 tahun. Gojek merupakan pekerjaan utama. Pertama kali menjadi tukang ojek (sebelumnya belum memiliki pengalaman sebagai tukang ojek)
3	Wildan	Driver gojek laki-laki usia 23 tahun. Gojek merupakan pekerjaan utama. Masih berstatus mahasiswa. Pertama kali menjadi tukang ojek (sebelumnya belum memiliki pengalaman sebagai tukang ojek)
4	Ahmad Hafit Arsyitahadi	Driver gojek laki-laki usia 27 tahun. Gojek merupakan pekerjaan sambilan. Pertama kali menjadi tukang ojek (sebelumnya belum memiliki pengalaman sebagai tukang ojek)
5	Ayu Dessurya	Driver gojek perempuan usia 28 tahun. Gojek merupakan pekerjaan sambilan. Pertama kali menjadi tukang ojek (sebelumnya belum memiliki pengalaman sebagai tukang ojek)
6	Suriyono Ekopurwanto	Driver gojek laki-laki usia 51 tahun. Gojek merupakan pekerjaan utama. Peralihan dari ojek pangkalan (sebelumnya sudah memiliki pengalaman sebagai tukang ojek)
7	Dedi (samaran)	Driver gojek laki-laki usia 43 tahun. Gojek merupakan pekerjaan utama. Pertama kali menjadi tukang ojek (belum memiliki pengalaman sebagai tukang ojek)
8	Dwi Setyowati	Driver gojek perempuan usia 38 tahun. Gojek merupakan pekerjaan utama. Sebelumnya sudah memiliki pengalaman sebagai tukang ojek.

No	Nama	Deskripsi
9	Sukarim	Driver gojek laki-laki usia 24 tahun. Gojek merupakan pekerjaan sampingan. Pertama kali menjadi tukang ojek (belum memiliki pengalaman sebagai tukang ojek)

B. Gojek: Ojek Online

Perkembangan teknologi yang luar biasa cepat mendorong pertumbuhan startup digital yang semakin memudahkan masyarakat dengan menyediakan aplikasi-aplikasi yang ready to use dan memberi solusi bagi masyarakat dengan memberikan kemudahan, kepraktisan, efisiensi, efektifitas dan keamanan. Salah satu startup digital yang tumbuh pesat adalah gojek (ojek online) yang digagas pertama kali pada 2010 dengan sistem telepon kemudian sepat vakum dalam jangka waktu lama dan muncul kembali dengan model baru berbasis aplikasi pada 2015 (Silaban, 2015)

Dari laman Gojek Indonesia mereka memosisikan GO-JEK adalah sebuah perusahaan teknologi berjiwa sosial yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan pekerja di berbagai sektor informal di Indonesia. Gojek bermitra dengan sekitar 200.000 pengendara ojek yang berpengalaman dan terpercaya di Indonesia, untuk menyediakan berbagai macam layanan, termasuk transportasi dan pesan antar makanan. Kegiatan GO-JEK bertumpu pada tiga nilai pokok: kecepatan, inovasi, dan dampak sosial. GO-JEK telah resmi beroperasi di 10 kota besar di Indonesia, termasuk Jakarta, Bandung, Bali, Surabaya, Makassar, Yogyakarta, Medan, Semarang, Palembang, dan Balikpapan. Saat ini gojek telah menambahkan hingga 14 aplikasi mulai dari gojek hingga yang paling baru go auto

Gojek memberikan cara lain untuk mendapat kemudahan dalam penyediaan transportasi. Selama ini ketika konsumen ingin mendapatkan moda transportasi maka pilihan yang tersedia adalah transportasi publik yang sulit diperoleh, untuk bus harus ke halte, untuk taxi harus telepon dan menunggu untuk waktu yang tidak jelas, untuk ojek konsumen harus pergi ke pangkalan. Ketidakpraktisan itulah yang mendasari pendiri gojek mengagas aplikasi online berbasis mobile device (android dan ios) untuk menjembatani (menjadi pihak ketiga) antara pemilik moda transportasi public dan konsumen. Prinsip kerjanya sederhana, bagaimana konsumen bisa dengan mudah mendapatkan transportasi hanya dengan menggunakan ponsel yang mereka miliki. Aplikasi ini bekerja dengan menentukan koordinat dengan menggunakan Global Positioning System (GPS) untuk mendeteksi keberadaan konsumen dan menentukan lokasi penjemputan dan lokasi antar. Dengan sistem ini penyedia jasa transportasi dapat dengan mudah mendatangi konsumen dengan tepat dan presisi karena

sudah ditentukan lokasinya berdasarkan GPS. Gojek menggunakan model ini untuk memberi pendekatan lain kepada konsumen. Pada dasarnya gojek tidak hanya menyediakan sistem yang menghubungkan konsumen dengan penyedia jasa transportasi, tetapi gojek juga memastikan bahwa pengemudi (driver) memiliki symbol, cara kerja yang sejalan dengan sistem, sehingga gojek menjadi penyedia jasa untuk bisa dipakai konsumen. Gojek bekerja mulai dari hulu dengan melakukan rekrutmen calon driver, melakukan seleksi, edukasi, dan memberikan atribut yang mencirikan GOJEK hingga menyediakan perangkat yang bisa mendeteksi dan terhubung dengan konsumen.

Gojek sangat terkenal dengan atribut jaket hijaunya dan ini menjadi penciri gojek dibandingkan dengan kompetitor lain. Driver gojek direkrut melalui mekanisme seleksi terbuka yang diperuntukkan bagi siapa saja yang memenuhi syarat. Setelah dinyatakan lolos maka setiap driver gojek akan diberikan seperangkat alat kelengkapan berupa jaket, helm dan smartphone yang nantinya akan digunakan sebagai alat komunikasi dan merespon kebutuhan konsumen. Perangkat alat kelengkapan ini tidak diberikan secara cuma-cuma tetapi dibayar dengan sistem potongan dari pendapatan 'ngojek'. Cicilan perhari IDR 8.000 dan akan selesai dicicil dalam jangka waktu 98 hari (wawancara Dwi Setyowati, 2016)

1. Perkembangan Gojek

Setelah satu tahun beroperasi Gojek telah melebarkan kepak sayapnya di beberapa daerah di Indonesia. Ketika pertama kali diperkenalkan di Jakarta gojek dengan cepat menjadi populer, apalagi dengan ragam testimoni dari pengguna dan driver yang menyebut bahwa aplikasi ini sangat aman dan cepat serta memberikan keuntungan yang cukup menjanjikan bagi driver telah mendorong keinginan masyarakat dari beragam kalangan untuk mendaftar sebagai driver gojek. Ribuan orang rela mengantri untuk menjadi driver gojek karena fleksibilitas dan keuntungan yang mungkin diperoleh. Saat ini gojek telah merambah ke beberapa kota besar dan sedang di Indonesia, salah satunya di Yogyakarta yang sejak Oktober 2015 gojek secara resmi telah beroperasi. Perkembangan gojek di Yogyakarta memang tidak semasif di Jakarta. Dengan luas kota yang relative kecil dan mobilitas penduduk yang tidak setinggi di Jakarta menyebabkan perkembangan gojek di Yogyakarta terutama apabila dilihat dari jumlah drivernya memang tidak sepopuler di Jakarta.

Menurut penuturan Dwi Setyowati (Wawancara, Agustus 2016) pada awal tahun jumlah driver gojek di Yogyakarta sekitar 1300an tetapi sekarang telah bertambah hingga lebih dari 1700an. Kuota driver untuk wilayah Yogyakarta sendiri sekitar 2500 yang mana memperhitungkan juga luas wilayah,

pertumbuhan ekonomi dan juga kompetisi antar sesama driver serta jumlah konsumen potensial (Wawancara Sukarim, Agustus 2016).

Perkembangan aplikasi Gojek sendiri mengalami pertumbuhan jumlah layanan yang cukup banyak. Saat ini yang paling terkenal dari gojek adalah go-ride dan go-food, padahal gojek telah memiliki hingga 14 layanan. Layanan-layanan tersebut antara lain:

- a. Go-Ride, layanan transportasi dengan sepeda motor yang mengambil basis dari ojek tradisional dimana konsumen yang memerlukan mobilisasi antar tempat akan menggunakan aplikasi ini. Layanan ini tersedia di hampir semua kota yang sudah dilayani oleh Gojek. Dalam pengertian lain layanan ini menjadi layanan dasar di banyak kota dan bisa dianggap sebagai inti layanan gojek.
- b. Go-Food, layanan pesan antar makanan, dimana konsumen tinggal memilih gerai yang bekerjasama dengan gojek, dan nantinya yang akan memesan, membelikan adalah driver gojek yang nantinya juga akan mengantarkan makanan hingga sampai ke tangan konsumen. Go-Food saat ini menjadi salah satu layanan yang populer dan menjadi backbone Gojek.
- c. Go-Send, layanan kurir instan yang dapat digunakan untuk mengantarkan surat dan barang, di beberapa kota misal di Jakarta layanan ini menjadi populer dikalangan ibu menyusui untuk mengantarkan ASI eksklusif
- d. Go-Car, layanan transportasi dengan menggunakan kendaraan roda empat (mobil), layanan ini tidak begitu populer dan baru di beberapa kota tersedia. Go-Car memiliki tingkat resistensi yang lebih tinggi layaknya Uber dan Grab yang mana aplikasi tersebut mendapat tentangan dari taxi konvensional yang lebih dahulu eksis.
- e. Go-Box, layanan untuk pindah/memindahkan barang dengan ukuran besar dengan menggunakan mobil box tertutup.
- f. Go-Mart, layanan berbelanja/memesan barang dari berbagai macam toko untuk mempermudah konsumen dalam mencari dan membeli barang.
- g. Go-Massage, layanan jasa pijat kesehatan profesional yang akan datang ke rumah atau tempat yang telah ditentukan oleh konsumen.
- h. Go-Clean, layanan jasa kebersihan profesional yang menasar untuk bersih-bersih rumah, kos, dan kantor.
- i. Go-Glam, layanan jasa perawatan kecantikan yang diperuntukkan untuk konsumen yang membutuhkan layanan pedicure-menicure, cream-bath, waxing, dan sebagainya.

- j. Go-Tix, layanan pembelian dan pengantaran tiket-tiket pertunjukan, misal bioskop sehingga konsumen tidak perlu melakukan antrian dan tiket akan diterima konsumen secara langsung.
- k. Go-Busway, layanan untuk memonitor jadwal busway dan melakukan penjadwalan untuk layanan Go-Ride sehingga konsumen bisa langsung diantar ke halte busway terdekat. Layanan ini saat ini tersedia di Jakarta yang sudah memiliki jaringan busway terintegrasi.
- l. Go-Pay, Layanan dompet virtual untuk membantu konsumen dalam melakukan pembayaran di beberapa layanan lain di gojek. Untuk mendorong konsumen menggunakan layanan ini gojek memberikan potongan/diskon khusus bagi konsumen yang memilih pembayaran dengan Go-Pay.
- m. Go-Med, layanan yang memberikan kemudahan untuk melakukan pembelian dan pemesanan kebutuhan-kebutuhan medis seperti obat-obatan, vitamin dan sebagainya di apotek-apotek yang berlisensi.
- n. Go-Auto, layanan auto service dan layanan emergency yang bisa membantu bagi konsumen yang membutuhkan bantuan ketika kendaraannya mengalami gangguan dalam waktu cepat.

Layanan-layanan yang ada di Gojek terus berkembang sesuai dengan kebutuhan konsumen dan layanan ini dilebarkan ke semua kota yang sudah bisa menggunakan gojek.

2. Sistem Kerja Gojek

Gojek sebagai model starup yang populer dan sukses di Indonesia, terutama dalam layanan ride sharing memiliki ragam kerja dan cara untuk memastikan sistem ini bekerja dan dinikmati baik oleh driver (rekan/partner Gojek) maupun konsumen. Dari hasil analisis paling tidak ada beberapa sistem yang menjadikan Gojek menjadi berkembang seperti sekarang.

a. Rekrutmen/Seleksi

Gojek sebagai entitas bisnis berbasis teknologi juga memerlukan beberapa sarana untuk menjalankan bisnisnya. Dalam hal ini gojek membutuhkan driver sebagai partner untuk menjalankan aktivitas bisnisnya. Walaupun sebagai partner, gojek juga ingin memastikan bahwa driver memiliki beberapa syarat minimal untuk bisa diajak kerjasama. Gojek dari awal melakukan rekrutmen/seleksi terhadap pengemudinya untuk memastikan dan memberikan pemahaman terkait dengan sistem informasi yang digunakan.

Seleksi yang dilakukan gojek hampir sama dengan perusahaan-perusahaan konvensional dilaksanakan secara terbuka melalui manajemen

khusus yang memang mengurus masalah seleksi. Untuk menjadi driver gojek tidak banyak persyaratan yang harus dilampirkan. Persyaratan utama, calon driver gojek harus menyertakan Kartu Tanda Penduduk (KTM), Kartu Keluarga (KK), Surat Ijin Mengemudi (SIM C), memiliki kendaraan (dibuktikan dengan STNK) dan memiliki ijazah minimal SMP.

"syarat jadi gojek itu yang dikumpulin fotocopy STNK, SIM, kartu keluarga, ijazah minimal smp, ijazah cuma buat syarat aja sih, trus KTP. Dan disana nulis data diri dari siapa tahu gojek, yang nyaranin masuk gojek siapa? tetangga saya namanya siapa?, itu kan untuk data saya apabila saya melakukan hal yang macam-macam jadi bisa cepet di telusuri, makanya gojek lebih aman" (wawancara Ahmad HA, Agustus 2016)

"Wawancaranya buat formalitas sih, cuma ditanya yakin apa engga. Waktu itu justru temenku yang ngga kepanggil, tapi akhirnya aku bilang kalo aku ndaftar disini karena diajak sama temenku, karena yang cewek juga ngga banyak ya, jadi temenku akhirnya ikut dipanggil juga. Akhirnya kita berdua masuk. Setahuku kalau udah dipanggil wawancara ya diterima. Ngga terlalu banyak tanya, cuma lihat backgroundnya" (wawancara Ayu Dessurya, Agustus 2016)

Pada tahapan ini gojek ingin memastikan pengemudinya dan keamanan konsumen ketika nanti mereka 'narik'. Gojek juga memastikan bahwa data pengemudi benar, karena ketika konsumen berhubungan dengan pengemudi sebelum bertemu langsung maka foto pengemudi akan muncul di layar HP. Sebagai starup aplikasi yang tumbuh, masalah keamanan dan kepastian menjadi satu hal yang penting, dimana hal ini memberikan sisi lebih pada layanan gojek yang tidak dimiliki oleh ojek konvensional (ojek pangkalan/opang).

Setelah validasi data dan persyaratan, calon driver dinyatakan diterima dan akan mendapatkan kelengkapan dan penciri gojek. Setiap driver akan mendapatkan Handphone, Jaket, Helm dan masker.

"Dapet hp, jaket helm. Semua di kredit. Jadi sama aja kaya kita bayar. Untuk kredit, ada potongan tiap harinya langsung di deposit yang bayar tiap hari" (Wawancara Ayu Dessurya, Agustus 2016)

Kelengkapan yang didapat merupakan penciri gojek dimana ketika driver melakukan pekerjaan 'narik' maka konsumen merasa aman dan jelas bahwa memang gojek yang mereka pilih. Jaket dan helm berwarna hijau yang jelas terlihat dan menjadi symbol gojek. Sedangkan handphone diberikan plus nomor telepon yang nantinya digunakan untuk dihubungi dan menghubungi konsumen. Semua kelengkapan ini tidak diberikan secara cuma-cuma tetapi dibayar dengan mekanisme cicilan.

"Kalau untuk atribut helm jaket kalau helm lima ribu jaket lima ribu, kalau untuk hapenya ini lima belas ribu. Hapenya itu 90 kali karena sabtu sama

minggu nggak ada potongan, kalau untuk jaket sama helmnya itu cuma 38 kali” (wawancara Sukarim, Agustus 2016)

Setelah mendapatkan atribut kelengkapan Gojek, driver juga diberi penjelasan tentang bagaimana cara menggunakan sistem gojek, standard operasional prosedur, dan beberapa aturan yang harus dijalankan oleh driver.

“Awalnya ada briefing, nanti di situ dikenalin trus gimana cara makenya. Waktu itu banyak hal yang aku langsung paham lah tentang aplikasinya, sesuai umurlah. Nggak terlalu khawatir kalau tentang aplikasi. Lagipula kalo nggak ngerti langsung dibantu sama training nya. Learning by doing juga. Kalo udah biasa pake aplikasinya dan dijalanin ya bisa sendiri trus jadi paham” (wawancara Ayu Dessurya, Agustus 2016)

Untuk memulai melakukan aktivitas sebagai gojek maka masing-masing driver diminta membuka rekening dan memasukkan deposit yang besarnya bervariasi antara IDR 50.000 hingga IDR 200.000

“Cuma kita ngisi deposit saldo karena apa kita ngisi itu yang dianjurkan si dua ratus, tapi kalau nggak ada seratus juga ndak apa-apa tapi yang lebih baik dua ratus lah” (wawancara Dedi, Agustus 2016)

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 gojek siap ‘narik’

b. Sistem Pembayaran (Gaji/Tarif)

Gojek sebagai startup yang baru tumbuh membutuhkan cara pemasaran yang berbeda. Hampir sama dengan kebanyakan startup aplikasi berbasis ride sharing seperti uber, grab, gojek juga melakukan cara pemasaran dengan melakukan perang tariff yang menjadikan tariff gojek kompetitif dibandingkan dengan tariff ojek konvensional demi untuk meraup konsumen. Perhitungan gojek berdasarkan kilometer dimana per kilometer konsumen akan dikenakan biasa sebesar IDR 2500 dengan tariff dasar IDR 8000 untuk Go-Ride. Untuk Go-Food pada awalnya dikenakan tariff dasar IDR 15000 (saat ini IDR 19000) maksimal 7km selebihnya membayar sesuai tariff Go-Ride.

Sistem pembayaran bisa dipilih oleh konsumen. Gojek memberikan alternative pilihan pembayaran melalui cash (uang tunai yang diberikan langsung ke pengemudi) atau dengan Go-Pay (pembayaran akan langsung masuk ke rekening driver). Flexibilitas pembayaran ini dipilih karena banyak konsumen yang masih senang menggunakan uang tunai. Walaupun demikian, Gojek juga terus mendorong konsumen untuk menggunakan transaksi non tunai (Go-Pay) dengan memberikan fasilitas diskon khusus apabila konsumen

menggunakannya. Hal ini dilakukan untuk mengedukasi konsumen dan mendorongnya untuk memilih menggunakan transaksi non tunai.

Sistem gaji atau pembayaran bagi driver menggunakan sistem bagi hasil dimana Gojek menetapkan pembagian 20:80. 20% untuk Gojek dan 80% untuk driver, sehingga setiap order selesai dari konsumen maka 20%nya akan dipotong untuk gojek. Untuk pembayaran tunai gojek akan memotong 20% dari deposit yang dimasukkan driver di Bank.

"orderannya setiap transaksi itu dipotong 20 persen. Kalau tarikan terpendek itu kan 6 kilo itu lima belas ribu potongannya kan tiga ribu. jadi kita terima cash dari customer limabelas (lima belas ribu, red), deposit yang tadi di isi dua ratus itu ke minus tiga ribu (dari 200ribu deposit dikurangi 3000, red)" (wawancara Dedi, Agustus 2016)

Selain mendapat pembayaran dari orderan, driver juga mendapat bonus dari setiap transaksi berdasarkan poin yang dikumpulkan.

"pada awalnya bonusnya gila. Dengan sistem point, 5 point saya dapat 50rb. Go food point nya 3, go ride 1, setiap saya dapet order go food 2 kali saya sudah dapat bonus 50rb dan itu langsung masuk ke rekening saya. Sehari saya dapat 200 sampai 300 dari bonusnya, belum uang yang dibayar langsung ke saya" (wawancara Ahmad, Agustus 2016)

Saat ini bonus tidak sebesar pada awal-awal kemunculan dan sistem/aplikasi yang digunakanpun mengalami banyak perubahan. Pada awalnya untuk mendapatkan konsumen ditentukan berdasarkan lokasi, driver diberi kemudahan untuk memilih konsumen. Siapa cepat dia dapat, model ini yang dikembangkan pada awal gojek beroperasi. Saat ini sistem sudah diubah dimana ketika konsumen ingin mendapatkan layanan gojek maka akan masuk ke server dan server yang nantinya akan mendistribusikan ke gojek berdasarkan lokasi terdekat.

"sekarang sudah dikasih dari pusat. Dibagi-bagi. Kan pake auto bit sekarang. Jadi otomatis dari pusat yang distribusi pelanggannya. Kita tinggal pick up" (wawancara Supriyadi, Agustus 2016)

Dengan sistem baru ini maka mau tidak mau driver harus mengambil penumpang/konsumen yang menjadi bagiannya dan tidak bisa lagi memilih konsumen.

c. Target Kerja

Menjadi driver gojek bagi sebagian orang menjanjikan dalam hal penghasilan. Walaupun demikian penghasilan yang didapat dari gojek sangat ditentukan oleh kedisiplinan, motivasi dan kegigihan driver dalam mencari dan mendapat konsumen. Sebagai entitas bisnis, gojek juga menerapkan target yang harus dicapai oleh pengemudinya (driver) dimana setiap hari paling tidak bisa menghasilkan 14 poin. Perhitungan poin dihitung

berdasarkan beberapa hal dan layanan yang tersedia. Untuk Go-Ride untuk mendapatkan 1 poin, driver harus mengantar penumpang/melakukan perjalanan sejauh 6 km, sedangkan untuk Go-Food poin akan bertambah sebesar 3 poin setiap melakukan pemesanan dan pengantaran makanan.

"Pokoknya kalo narik udah dept 10 poin itu artinya dapet 50 ribu, Mbak. Tapi waktu itu ada promo yang lama, jadi 5 poin saja udah bisa 50 ribu. Ya udah itu dikalilipatkan saja. Dulu go food 3 poin. Sekarang 2. Go ride tetep. Go mart ya turu, jadi 2 juga. Dari 3" (wawancara Supriyadi, Agustus 2016)

Poin di Go-Food lebih besar dikarenakan usaha yang dilakukan lebih besar, mulai dari memesan (dengan kondisi terkadang antri) dan melakukan pengantaran. Resiko juga lebih besar di Go-Food karena konsumen dengan tiba-tiba bisa melakukan pembatalan.

d. Umpan Balik (Evaluasi)

Pengemudi gojek juga mendapatkan penilaian dari konsumen untuk memastikan layanan mereka yang terbaik. Driver gojek dinilai dari (1) performa, (2) rating yang didapat dari konsumen, dan (3) pencapaian target.

Performa merupakan penilaian yang didasarkan pada pelayanan kepada konsumen yang dilihat dari respon driver terhadap permintaan pengantaran oleh konsumen. Pada dasarnya driver gojek tidak bisa menolak panggilan dari konsumen, hanya saja di aplikasi yang tersedia ada fasilitas untuk menolak (cancel) atas panggilan konsumen. Semakin banyak melakukan penolakan maka semakin turun performanya.

"Yang kalau kita capek kan suka nolak pelanggan to, nanti performa kita turun turun terus. Nanti kalo kurang dari 30% performanya, ya nggak bisa dapet bonus. Mending dimatiin aja datanya kalo nggak mau ngambil penumpang. takut kan ngaruh di rating driver" (wawancara Supriyadi, Agustus 2016)

Dengan sistem yang sekarang kemungkinan untuk melakukan penolakan lebih besar dikarenakan panggilan yang diteruskan ke driver ditentukan langsung dari server pusat, sehingga mau tidak mau driver gojek yang sudah mendapat panggilan tidak bisa mengeluh ketika jaraknya terlalu jauh. Apabila mengeluh dan tidak mengambil konsumen maka driver punya hak untuk melakukan pembatalan dimana apabila dilakukan akan berimbas pada performa. Dan performa ini juga akan menentukan dapat tidaknya bonus dari poin yang dihasilkan.

"Kalo orderan kita masuk gak kita ambil atau pilih-pilih maka performa itu dari 100% akan turun sehingga kita gak bisa dapet bonus. Kalo di jogja minimal 30% performanya untuk bisa dapet bonus. Kalo di jakarta 50%" (wawancara Wildan, Agustus 2016)

Sistem seperti ini memaksa driver yang mengaktifkan aplikasinya wajib untuk merespon permintaan dari konsumen. Dari sisi gojek hal ini memastikan driver melakukan pekerjaannya dan membuat konsumen tidak menunggu terlalu lama.

Rating menjadi penilaian lain yang diterapkan manajemen gojek untuk memastikan berjalannya Standar Operasional Prosedur (SOP) dan memastikan kepuasan pada konsumen. Sistem rating dilakukan melalui mekanisme pemberian bintang dari satu hingga lima bintang. Setiap selesai melakukan pengantaran, konsumen memberikan penilaian bintang melalui aplikasi Gojek. Semakin banyak bintang semakin baik penilaian pada driver.

"rating ini kalau 4,2 ke bawah itu di putus mitra kerja karenanya ga bener kerjanya kan kalau 4,2 ini. ada feedback costumer, nah nanti feedback costumer itu ngasi komentar oh ini drivernya ugal-ugalan oh ini baik berarti terimakasih pak good atau gimana itu kan pake komentar semua la kalau nanti di komen itu jelek langsung di kasi SP di bel dari kantor" (wawancara Dedi, Agustus 2016)

"Masalah rating juga repot juga mas, kita dikasi batesan rating 4,2, rating dibawah 4,2 bertahan selama dua minggu kita bisa kena ya mungkin dimintai konfirmasi kalau yang pait- paitnya sih kita bisa langsung di pecat atau di kick" (wawancara Sukarim, Agustus 2016)

Komplain dari konsumen harus segera ditanggapi, hal ini dilakukan sebagai satu cara untuk memberikan pelayanan prima bagi konsumen. Konsumen yang puas nantinya akan memberikan rating yang tinggi yang berujung pada kredibilitas dan pencapaian driver. Mekanisme rating ini memastikan driver untuk selalu memberikan pelayanan dan kepuasan bagi pelanggan.

Pencapaian target juga menjadi penilaian bagi driver. Minimal dalam satu hari mendapatkan 14 poin. Poin ini akan menjadi alat untuk mengontrol dan memastikan driver melaksanakan pekerjaannya sesuai dengan target. Cara ini dilakukan manajemen gojek untuk memastikan bahwa perusahaan akan terus berjalan seiring dengan driver yang bekerja dengan lebih keras.

e. Aturan Kerja

Gojek juga memberlakukan beberapa aturan untuk driver dimana aturan ini dibuat untuk memastikan kepuasan pelanggan. Aturan yang diberlakukan di gojek terkait dengan hak dan kewajiban yang harus dilaksanakan oleh driver gojek. Aturan-aturan yang dibuat tidak terikat secara ketat tetapi penting untuk dilaksanakan serta tidak diindahkan oleh driver gojek. Kepuasan, keamanan dan kenyamanan konsumen menjadi hal yang utama, sehingga aturan kerja banyak yang bertujuan untuk memastikan kepuasan konsumen. Aturan-aturan itu antara lain (1) persetujuan order, (2)

penggunaan atribut gojek, (3) larangan mengambil penumpang di area rawan, (4) pengecekan sepeda motor, (5) melaksanakan standard operasional procedure.

(1) Persetujuan order harus selalu dilakukan oleh driver gojek setelah handphone yang dibawa menunjukkan panggilan dari konsumen. Setiap driver gojek yang siap bekerja dipastikan harus mengambil konsumen yang telah didistribusikan ke mereka.

"Pokoknya kalo ngambil penumpang ki nggak boleh cancel-cancel. Harus diambil" (wawancara Sulistyowati, Agustus 2016)

Driver gojek saat ini tidak bisa memilih konsumennya sehingga apapun dan siapapun konsumen yang masuk ke sistem order mereka wajib dijemput dan diantar. Artinya walaupun driver gojek perempuan apabila mendapat order dari penumpang laki-laki tetap harus diambil.

(2) Penggunaan atribut gojek merupakan penanda bagi keberadaan driver di lapangan. Secara fisik dan kasatmata, gojek selalu diidentikkan dengan jaket dan helm yang berwarna hijau dengan gambar sepeda motor dituliskan gojek. Atribut ini digunakan sebagai penanda, pencari dan menunjukkan eksistensi gojek sekaligus memastikan konsumen mengenal dengan mudah driver yang akan mengantar mereka. Atribut terutama jaket menjadi penanda yang juga disimbolkan sebagai symbol keamanan, kenyamanan dan memunculkan kepercayaan dari konsumen.

"Awal-awal itu ada yang ngga nyaman soalnya aku pake jaketnya dibalik, komentarnya itu mbaknya masih malu-malu. Soalnya kan udah malem tuh, jaketnya warna ijo, dan kaya warna neon gitu, nyala terang." (wawancara Ayu Dessurya, Agustus 2016)

Jaket gojek yang khas juga memunculkan solidaritas antar sesama driver gojek (Esfandari, 2015)

(3) Larangan mengambil penumpang di area rawan, kemunculan gojek menimbulkan pro dan kontra. Di beberapa tempat gojek dirasa mengancam keberadaan ojek pangkalan sehingga sering kali driver gojek mendapatkan ancaman baik secara fisik ataupun melalui kata-kata. Hal ini menjadi dampak perkembangan gojek yang pesat. Hasil penelitian Esfandari (2015) di Bandung juga menunjukkan adanya ancaman dari ojek pangkalan yang merasa sumber pemasukan mereka terokupasi oleh kedatangan gojek. Di Yogyakarta ada beberapa daerah yang dianggap area merah untuk driver gojek. Oleh manajemen disarankan bagi driver gojek untuk menghindari area merah. Hal tersebut dilakukan untuk meminimalkan konflik dengan ojek pangkalan.

"Aturan larangan mengambil penumpang di tempat rawan, satu di janti flyover, dua bandara, trus tiga pasar gamping, terus terminal giwangan yang diprioritas empat itu yang agak ekstrim lah, aturan kantor ga boleh ya nggak" (wawancara Dedi, Agustus 2016).

Driver gojek memiliki cara dan strategi untuk meminimalisir konflik yang muncul ketika konsumen berada di area merah. Beberapa driver akan menghubungi konsumen dan meminta mereka untuk bergeser menjauh dari area merah. Apabila konsumen tidak mau maka driver lebih memilih untuk membatalkan pengantaran. Hal tersebut dilakukan untuk menjaga situasi keamanan tetap kondusif dan tidak mengganggu hubungan gojek dengan ojek pangkalan.

(4) Pengecekan sepeda motor, keselamatan dan kenyamanan penumpang menjadi yang utama dalam bisnis gojek. Untuk memastikan keselamatan dan kenyamanan maka gojek mengagendakan untuk melakukan pengecekan sepeda motor yang dimiliki driver gojek setiap 6 bulan sekali. Hal ini dilakukan sebagai salah satu pencegahan terhadap hal-hal 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.

(5) Standard operasional procedure, gojek memiliki standard pelayanan yang wajib dilaksanakan driver untuk menjamin kepuasan konsumen. Driver gojek harus memiliki kesabaran dan keramahan dalam melayani konsumen. Ketika konsumen order layanan gojek dan diterima oleh driver gojek, maka identitas dan foto driver akan muncul di layar telepon konsumen. Hal ini untuk memberikan kepastian dan keamanan pengguna termasuk diperlihatkan pula lokasi driver. Setelah order masuk driver wajib menelepon konsumen untuk memastikan jenis layanan dan lokasi penjemputan termasuk pula untuk melakukan validasi bahwa konsumen memang menginginkan dan secara sadar melakukan order via aplikasi gojek. Setelahnya mereka memberi estimasi sampai di lokasi konsumen untuk Go-Ride dan estimasi antara makanan untuk Go-Food.

Hal lain yang menjadi standard operasional procedure adalah bahwa driver gojek harus selalu menggunakan atribut gojek selama mereka melayani konsumen. Driver gojek harus memakai sepatu, celana panjang, jaket dan helm gojek, tertib berlalu lintas dan memberikan pelayanan yang cepat dan ramah.

C. Mengapa Memilih Menjadi 'Tukang' Ojek Online?

Popularitas gojek mendorong banyak orang untuk bergabung dan menjadi partner gojek. Gojek yang dikembangkan berbasis ride sharing menjadi pelopor ojek online di Indonesia menyusul kesuksesan Uber (aplikasi taxi online) di banyak negara dan juga Grab Bike yang menyasar layanan yang sama dengan gojek. Aplikasi-aplikasi ride sharing menjadi sangat populer dan digemari masyarakat karena memberikan kemudahan dalam akses untuk mendapatkan transportasi, keamanan karena berbasis real position, harga yang kompetitif dan pilihan alat transportasi yang beragam (ragam merek kendaraan).

Tingkat ketersediaan (penggunaan) ride sharing juga cukup tinggi. Menurut penelitian Cramer dan Krueger (2016) tentang perubahan bisnis taxi dengan kemunculan Uber taxi memunculkan keunggulan uber taxi dibanding taxi konvensional. Pertama, Uber memberikan konektivitas driver-passenger yang lebih efektif dengan menggunakan telepon pintar dibandingkan taxi konvensional yang masih menggunakan layanan telepon dua arah. Kedua, Uber memiliki banyak partner di jalanan dibandingkan dengan perusahaan taxi. Uber memungkinkan driver menjadi lebih dekat dengan konsumen sehingga layanan menjadi lebih efisien dan lebih cepat. Ketiga, uber taxi tidak terbatas secara lokasi dimana mereka bisa mengambil penumpang, sehingga memungkinkan mereka mendapatkan penumpang setelah mengantar penumpang lain. Keempat, uber memberikan solusi terhadap masalah tenaga kerja dengan memberikan kesempatan dan penghasilan yang mendekati bahkan melebihi harapan driver dan juga secara flexible bisa mengatur harga yang disesuaikan dengan jam sibuk/macet. Keunggulan-keunggulan yang dimiliki aplikasi ride sharing mendorong penetrasi aplikasi ini dikembangkan secara massif. Hal tersebut juga didukung akan kebutuhan moda transportasi yang besar.

Gojek menangkap peluang aplikasi ride sharing yang luas dengan melihat pula kepadatan jalanan di banyak kota besar di Indonesia dan kebutuhan masyarakat akan jaminan transportasi public yang aman dan cepat. Kesuksesan gojek dengan segera mendorong masyarakat menggunakan aplikasinya sehingga memberikan efek domino dengan semakin besarnya keuntungan yang bisa didapat driver karena demand yang besar. Berita harian Kompas (Agustus, 2015) menunjukkan betapa besar minat masyarakat untuk mendaftar sebagai pasukan gojek, mereka rela antri berjam-jam untuk bisa menjadi driver gojek. Menariknya lagi sebagian besar memiliki gelar sarjana dan tergiur oleh potensi pendapatan yang besar dengan menjadi driver gojek. menurut penuturan Nadiem Makarim, pendiri Gojek, hingga Juli 2015 jumlah pengojek/masyarakat yang tergabung dalam gojek telah mencapai 15.000 orang (Syatiri, 2015). Perkembangan jumlah

pasukan gojek menunjukkan bagaimana potensi gojek sehingga ketika dibuka di beberapa kota lain di luar Jakarta pun, gojek mendapatkan respon yang positif baik dari calon driver maupun konsumen.

Gojek memunculkan fenomena mobilisasi tenaga kerja yang mendorong penciptaan lapangan kerja dengan menarik minat banyak orang baik yang sudah memiliki pekerjaan maupun yang belum untuk bergabung di gojek.

Hasil penelitian ini memunculkan alasan dibalik bergabungnya masyarakat menjadi pengojek online (gojek). ada 7 faktor pendorong masyarakat bergabung menjadi driver gojek yang muncul dari hasil analisis data penelitian. Faktor-faktor tersebut antara lain:

1. Hasil (Tuntutan Ekonomi)

Rasionalitas manusia selalu berusaha untuk mendapatkan kebahagiaan dan keuntungan untuk dirinya. Dalam konteks gojek, rasionalitas itu ditunjukkan dengan besaran potensi pendapatan yang bisa diterima oleh driver gojek. berdasarkan standard target minimal 14 poin dimana driver mendapat IDR 100.000 sebagai bonus apabila bisa memenuhi target dan bekerja selama 30 hari dalam satu bulan, driver gojek akan bisa mendapatkan IDR 3 juta/bulan belum ditambah pendapatan dari penghasilan ngojek. Hal ini secara rasional menggiurkan. Dalam konsepsi Weber (Swedberg, 2003) terkait dengan tindakan ekonomi rasional, akan sangat wajar apabila individu dengan melihat peluang usaha dan kemungkinan untuk sukses kemudian memilih tindakan itu, artinya dengan melihat peluang gojek dan prediksi konsumen yang terus bertambah memunculkan optimisme bahwa menjadi driver gojek merupakan pilihan yang sangat rasional karena akan menghasilkan tambahan pendapatan dalam jumlah yang besar.

"dimana itu tetep hasil lah, kalau sekarang kantor kan UMR sini kan satu juta empat ratus delapan puluh, kan keluarga ga cukup" (wawancara Dedi, Agustus 2016)

Hal tersebut juga didukung dengan sistem kerja yang sangat mudah dan efisien karena menggunakan aplikasi berbasis teknologi yang bisa diakses siapa saja dan dimana saja. Sejalan dengan hasil penelitian Cervero (Tuan & Babiano, 2013) yang menunjukkan bahwa keberadaan ojek (online) menciptakan pekerjaan dan memberikan pendapatan yang layak bagi masyarakat di perkotaan. Hal ini juga ditunjang dengan kepemilikan sarana transportasi kendaraan roda dua yang besar di banyak kota besar di Indonesia.

Tuntutan ekonomi yang semakin tinggi menyebabkan bekerja sebagai tukang ojek online (gojek) memberikan pendapatan dalam jumlah yang cukup besar apabila dibandingkan dengan pekerjaan-pekerjaan lain.

2. Flexibilitas (Part time Job)

Gojek menawarkan lapangan pekerjaan yang terbuka bagi siapa saja tidak memandang usia, gender maupun latar belakang sosial ekonomi. Gojek juga menawarkan fleksibilitas yang tidak dimiliki oleh pekerjaan di bidang lain. Menjadi tukang gojek memberikan kemudahan dalam pengalokasian waktu karena bisa dikerjakan kapan saja sesuai dengan ritme pengemudi.

"gojek itu yang paling fleksibel, tanpa terikat waktu, ya bisa di bilang kerja semauanya sendiri lah, mau narik ya narik istirahat ya istirahat" (wawancara Sukarim, Agustus 2016)

Kebebasan dalam menentukan waktu kerja seperti di gojek banyak dicari individu yang ingin mendapatkan tambahan penghasilan. Dengan kata lain fleksibilitas yang dimungkinkan di gojek memberi peluang sebagai pekerjaan sampingan. Disela-sela aktivitas utama, gojek bisa dilakukan, sesuai dengan kemauan pengemudi.

"Jam kerjanya bebas. Fleksibel banget. Saya mau dari pagi sampai siang, siang sampai malam, atau mau seharian, seminggu ngga narik juga gapapa" (wawancara Ahmad, Agustus 2016)

"Gojek itu jam kerjanya fleksibel banget, itu juga kan yang jadi akhirnya saya iya, mau. Saya juga kan bukan orang yang bisa ngojek tiap hari. Dulu tuh ngojek 2 hari liburanya 4 hari, dan masih kaya gitu sampai sekarang. Ya inget kondisi diri sendiri juga sih, saya juga kan perempuan" (wawancara Ayu Dessurya, Agustus 2016)

Menurut Jill Geisler (Kusuma, 2016) bekerja dengan jadwal yang fleksibel membuat pekerja lebih bersemangat kerja, meskipun pemantauan tetap dijalankan berdasarkan target. Hal ini juga yang dilakukan di gojek dimana driver diberi kebebasan untuk menentukan kapan mereka akan melakukan pekerjaannya, tetapi manajemen Gojek telah menetapkan target perhari dimana minimal setiap driver gojek mengumpulkan 14 poin.

3. Ajakan teman

Faktor lain yang mendorong individu menjadi driver gojek karena diminta oleh teman. Ajakan teman menjadi salah satu pematik minat seseorang untuk melakukan pekerjaan. Informasi mengenai lowongan di gojek yang memang banyak didistribusikan melalui jaringan pertemanan mendorong seseorang yang tadinya tidak tertarik menjadi tertarik dan pada akhirnya bergabung.

"pertama kali itu ajakan temen, waktu itu kita lagi ngobrol-ngobrol ada temen dateng ke pangkalan. Waktu itu kan pangkalan saya disini, iya disini, terus waktu itu temen-temen pada ngobrol-ngobrol ada gojek masuk" (wawancara Dwi, Agustus 2016)

4. Status Pekerjaan

Pekerjaan sebagai driver gojek pada awalnya dipandang sebelah mata. Status sebagai pengojek tidak memberikan nilai prestis yang tinggi sehingga banyak orang yang malu untuk menjadi tukang ojek.

"Awalnya masih dianggap negatif lah tukang ojek ngga begitu menjanjikan. Tapi temenku waktu masuk gojek langsung target 2juta per minggu, nah dari itu langsung ngurus lamarannya kesana" (wawancara Ahmad, Agustus 2016)

Kemunculan dan kesuksesan gojek mengubah pandangan banyak orang dimana pada akhirnya mendorong mereka untuk bergabung menjadi 'tukang ojek online'. Gojek juga mendorong perubahan mindset masyarakat tentang tukang ojek dari pekerja rendahan, sekarang menjadi pekerjaan yang memiliki prestise (Anindhita, Arisanti, Rahmawati, 2016).

Beberapa informan pengojek mengakui bahwa status sebagai pengojek online (gojek) lebih baik dibanding pekerjaan mereka sebelumnya. Berikut pekerjaan mereka sebelumnya dan fungsi pekerjaan gojek saat ini:

No	Nama	Pekerjaan Sebelum/Saat ini masih digeluti	Fungsi Pekerjaan Gojek
1	Supriadi	Ojek Pangkalan	Pekerjaan sampingan
2	Sulistyowati	Belum memiliki pekerjaan	Pekerjaan utama saat ini
3	Wildan	Bengkel/Kuliah	Pekerjaan utama saat ini
4	Ahmad Hafit Arsyitahadi	Jual Beli Online/asuransi	Pekerjaan utama saat ini
5	Ayu Dessurya	Pegawai Balai Pemuda dan Olahraga	Pekerjaan sampingan
6	Suriyono Ekopurwanto	Ojek Pangkalan/Ojek Argo	Pekerjaan sampingan
7	Dedi (samaran)	Sopir Truk/Garmen	Pekerjaan sampingan
8	Dwi Setyowati	Ojek Pangkalan	Pekerjaan sampingan
9	Sukarim	Jualan Genteng	Pekerjaan sampingan

5. Tambah teman

Dorongan untuk bergabung dengan gojek muncul karena keinginan untuk menambah teman atau masuk dalam komunitas. Dorongan ini menjadi salah satu faktor yang menyebabkan individu mau bergabung di gojek. berbeda dari faktor-faktor lain yang secara minat dan motivasi lebih karena sifat individual, keinginan untuk menambah teman dan mengembangkan jaringan juga menjadi salah satu alasan mengapa seseorang menjadi tukang ojek online.

"motivasi saya pertama ikut gojek itu nambah temen mas, kalau masalah penghasilan itu nomer dua" (wawancara Sukarim, Agustus 2016)

Dengan masuk di gojek, jaringan pertemanan bisa dibangun antar sesama gojek maupun dengan konsumen. Bagi sebagian orang jaringan pertemanan yang luas akan menjadi modal sosial yang kelak dapat digunakan untuk keuntungan secara individual. Walaupun demikian motivasi individu untuk masuk digojek demi untuk menambah teman juga mengalami hambatan tersendiri terkait dengan sistem gojek yang dibanyak hal menjadikan individu teralienasi dari individu yang lain. Sesama gojek tidak saling menyapa walaupun satu pekerjaan. Hal tersebut dikarenakan sistem gojek mendorong masing-masing driver berkompetisi satu sama lain. Selain itu jaringan pertemanan dengan konsumen juga tidak mudah.

Semua nomor pelanggan/konsumen setelah selesai layanan tidak lagi terlihat di layar telepon driver, kalau pun ada tiga digit terakhir dihilangkan dengan alasan keamanan dan privasi konsumen. Sehingga ketika driver gojek mau menjalin relasi maka perlu pendekatan secara personal untuk saling bertukar informasi antara driver dengan konsumen.

6. Sistem Kerja

Aplikasi yang dikembangkan gojek di android dan ios memudahkan driver dan konsumen dalam melakukan transaksi penjemputan dan pengantaran. Kemudahan itu memberikan dampak pada perubahan model/sistem kerja gojek dengan ojek pangkalan. Apabila selama ini ojek pangkalan selalu menunggu penumpang dengan berhenti disuatu tempat, maka gojek melakukan perubahan secara radikal dimana driver justru yang akan mendatangi penumpang.

"santai. Tapi pasti ada penumpang. Kalo pangkalan kan jarang sekali. Kalo gojek kan kita jemput bola iya, dikasih penumpang dari pusat juga iya"
(wawancara Supriadi, Agustus 2016)

Sistem kerja yang dikembangkan gojek mendorong driver bebas menentukan dimana dia mau memulai aktivitas pekerjaan. Bisa dari rumah, kantor, sekolah, pinggir jalan maupun tempat lain yang dikehendaki. Hal inilah yang mendorong individu bergabung digojek karena mereka bisa memulai aktivitas dimana saja. Dengan sistem kerja ini juga memudahkan driver dalam segi efektivitas dan efisiensi. Driver bisa mengetahui lokasi penjemputan dan tujuan pengantaran, tidak membuang waktu karena selesai mereka melakukan pengantaran maka apabila ada order baru yang dekat dengan posisi driver akan bisa dilayani.

7. Kebutuhan akan Pekerjaan

Data Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan bahwa per Februari 2016 tingkat pengangguran di Indonesia mencapai angka 7 juta. Data tersebut bisa diartikan bahwa ada banyak penduduk Indonesia yang tidak terserap lapangan pekerjaan, sehingga apapun lowongan pekerjaan yang ada akan coba dimasuki.

Kemunculan gojek menjadi oase ditengah minimnya lapangan pekerjaan. Tekanan sosial dan ekonomi ditambah dengan meningkatnya kebutuhan mendorong orang mendaftar sebagai driver gojek.

"memang butuh kerjaan gitu. Anak saya 2, kalo saya gak kerja nanti sekolahnya gimana" (wawancara Sulistyowati, Agustus 2016)

Kerja menjadi pilihan pasti dan harus dilakukan demi menyambung kehidupan. Gojek yang memberikan kemudahan dalam persyaratan termasuk penggunaan ijazah cukup SMP, perempuan setara dengan laki-laki mendorong banyak mendaftar sebagai driver gojek.

D. Kontribusi Sosial Gojek

Kehadiran gojek sebagai salah satu terobosan dalam model transportasi umum di Indonesia tentunya memberikan kontribusi di dalam kehidupan masyarakat. Melalui berbagai kemajuan teknologi khususnya di bidang komunikasi, masyarakat semakin jeli melihat peluang. Perkembangan masyarakat modern yang memberikan tuntutan untuk semakin berpikir cepat, kreatif, berinovasi mengarah pada semakin dibutuhkannya kemudahan dalam mobilitas. Gojek memainkan peran yang cukup signifikan dalam hal ini. Model transportasi yang mengaitkan antara jasa transportasi dan teknologi menawarkan alternatif pilihan baik bagi pemilik sistem, driver, dan pengguna. Kecepatan, kepraktisan, ketepatan, keamanan bahkan jaminan pendapatan menjadi pertimbangan yang sangat rasional sehingga masyarakat banyak yang memilih gojek sebagai pilihan.

Melalui berbagai interview yang dilakukan kepada informan dalam hal ini adalah driver gojek, diperoleh berbagai informasi terkait dengan kontribusi sosial gojek. Berbagai informasi dapat disimpulkan dengan beberapa sudut pandang diantaranya kontribusi gojek dalam konteks sistem, kontribusi personal (driver), dan kontribusi teknis.

1. Kontribusi sosial sistem gojek dalam menyerap tenaga kerja

Hal ini berkaitan dengan metode baru yang diciptakan dalam sistem gojek. Di tengah perkembangan model alat transportasi dan keterbatasan akses berupa sarana serta prasarana transportasi gojek hadir sebagai sebuah sistem alternatif dalam sistem akses alat transportasi.

Gojek memberikan tawaran kemudahan akses bagi berbagai kalangan masyarakat. Melalui kemudahan mekanisme rekrutmen para driver memberikan kesempatan untuk menyerap tenaga kerja di masyarakat. Seperti yang diungkapkan oleh Sulistyowati berikut ini :

"Oh... Ya, kan kalo daftar di gojek kan mudah, ya, Mbak. Lalu saya memang butuh kerjaan gitu. Anak saya 2, kalo saya gak kerja nanti sekolahnya gimana? Kalo mau jajan juga. Kan kasihan to, Mbak, sayanya. Jadi tak niat wae, bismillah kerja di gojek." (Wawancara, Agustus 2016).

Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan sistem gojek menjadi daya tarik bagi masyarakat untuk bergabung menjadi driver. Jika meempertimbangkan dengan peningkatan angka pengangguran di Indonesia tentunya hal ini bisa membantu menyelesaikan permasalahan tersebut. Dikutip dari Dinamika, Badan Pusat Statistik (BPS) menyatakan bahwa data pengangguran terbuka Januari-Agustus 2015 sebanyak 7,56 juta orang. Data ini bertambah kurang lebih 320 ribu dari tahun sebelumnya. Permasalahan sosial terkait pengangguran yang terus meningkat disebabkan oleh berbagai faktor yakni sedikitnya penyerapan tenaga kerja. Melalui berbagai kemudahan mekanisme dalam sistem gojek memberikan alternatif bagi penyerapan tenaga kerja di Indonesia.

Selain itu, driver gojek berasal dari berbagai kalangan. Tidak ada mekanisme yang membatasi bahwa gojek harus sebagai pekerjaan utama. Adanya fleksibilitas sangat mendukung para pekerja untuk menentukan sendiri pilihan dalam pekerjaannya. Driver gojek dapat berasal dari kaum laki-laki, perempuan, masyarakat dengan status mahasiswa, sarjana, karyawan. Bahkan gojek memberikan alternatif sebagai pekerjaan sambilan. Fleksibilitas inilah yang kemudian menjadi alternatif penyelesaian masalah pengangguran sehingga mampu menyerap tenaga kerja.

2. Kontribusi sosial gojek : alternatif pilihan pekerjaan

Kemudahan akses bagi berbagai kalangan memberikan pengaruh yang cukup signifikan dalam perkembangan gojek. Masyarakat yang awalnya mengalami permasalahan mengenai pekerjaan menemukan pilihan alternatif pekerjaan sebagai driver gojek. Pilihan bekerja sebagai driver adalah pilihan pekerjaan yang dapat dipilih terutama bagi beberapa kalangan seperti kepala rumah tangga. Seperti yang diungkapkan oleh Supriadi berikut ini :

"Udah, Mbak. Tapi kan saya sebagai kepala rumah tangga mosok gak nafkahi istri anak? Itu kan laundry punya istri saya. Modal dari bapaknya dulu, dari mertua saya. Ya saya ikut gojek aja. Kalo laundry itu uangnya masuk ke istri saya semua, Mbak. Susah saya hahaha..." (wawancara, Agustus 2016)

Hal ini menunjukkan bahwa pekerjaan sebagai driver gojek mampu menjadi alternatif pilihan pekerjaan untuk dapat memenuhi kebutuhan hidup.

3. Kontribusi sosial gojek : alternatif pengisi waktu luang

Selain itu pilihan menjadi gojek dapat dilakukan sebagai aktivitas pekerjaan untuk mengisi waktu luang sekaligus membantu permasalahan ekonomi. Seperti yang diungkapkan oleh Sulistyowati berikut ini :

"Alah, di rumah ki yo nggak ngapa-ngapain, Mbak. Masak ya sekedarnya. Kan bisa disambi juga, Mbak. saya nganter anak pagi langsung narik. Nanti jemput anak lagi siang sekalian pulang, masak, terus istirahat, narik lagi sampe malem jam segini (19.16)." (wawancara, Agustus 2016)

Dapat dilihat bahwa gojek memberikan kesempatan bagi semua kalangan dalam hal ini juga ibu rumah tangga. Artinya bahwa pekerjaan yang memberikan kebebasan bagi pekerja dalam mengatur waktu bekerja namun tetap menguntungkan secara ekonomi menjadi satu alternatif yang diminati khususnya bagi ibu-ibu.

Di sisi lain alternatif pekerjaan gojek juga menjadi pekerjaan atau aktivitas sampingan bagi yang sudah memiliki aktivitas pokok. Artinya bahwa kemudahan sistem bekerja sebagai driver gojek memberikan ruang bagi para driver untuk mengatur cara kerjanya masing-masing sehingga pekerjaan ini dapat dilakukan oleh siapa saja. Seperti yang diungkapkan oleh mahasiswa yang juga driver gojek berikut ini : *Fleksibel, Mbak. Semenjak Gojek ada di Jogja tuh hampir setahun to, Mbak. Saya semenjak itu kan lagi skripsi, jadi waktu luangnya lebih banyak (Wildan)*. Hal ini menunjukkan bahwa alternatif pekerjaan yang diciptakan gojek membuka peluang bagi masyarakat yang memiliki aktivitas utama untuk dapat sambil bekerja.

4. Kontribusi sosial bagi driver gojek : kemandirian ekonomi

Di tengah tuntutan ekonomi yang semakin meningkat di masyarakat, kemampuan memenuhi kebutuhan ekonomi menjadi satu hal yang harus diselesaikan. Hal ini banyak dialami oleh driver yang memang memilih gojek sebagai pilihan pekerjaan utama. Seperti yang diungkapkan oleh Sulistyowati berikut ini :

"Ada, Mbak. alhamdulillah kebutuhan cukup untuk sehari-hari. Apalagi suami saya serabutan. Ya, nggak mesti makan enak, Mbak. Yang penting anak butuh apa untuk sekolahannya saya cukupi Insyaallah. Saya juga ngumpul modal, Mbak. pengen punya warung juga hehehe." (wawancara, Agustus 2016)

Sebagai seorang istri dengan beban hidup yang cukup besar maka pekerjaan sebagai gojek menjadi sumber pendapatan yang cukup menjanjikan. Hal ini didukung dengan kemudahan akses dalam memperoleh penghasilan.

Selain itu bagi pekerja gojek yang menjadikan gojek sebagai pekerjaan sampingan, akan dapat mendukung pemenuhan kebutuhan ekonomi. Misalnya seperti yang diungkapkan oleh salah satu mahasiswa berikut ini :

"Iya, menghasilkan. Menghasilkan motor juga, Mbak. Saya bisa DP motor 5 juta. Motor Xeon. Dulu penghasilannya sebulan bisa 6 juta. Dulu. Semenjak september sampai februari. Sebelum peraturan dirubah sama gojek jakarta. Jadi seharinya 5 poin = 50 ribu, Mbak. Jadi nganter 2 makanan dapet 50 ribu."(wawancara Wildan, Agustus 2016)

Ada proses pemenuhan kebutuhan ekonomi masyarakat yang dapat dikelola melalui mekanisme pekerjaan sampingan. Hal ini tentunya sangat membantu dalam menciptakan mobilitas sosial masyarakat.

Kemandirian ekonomi ditinjau dari sudut penghasilan yang mampu diperoleh para driver gojek. Penghasilan memberikan kontribusi untuk membantu masyarakat berdiri secara mandiri dalam menyelesaikan masalah ekonomi sehingga tidak menjadi beban bagi orang lain ataupun pemerintah. Seperti yang diungkapkan oleh informan berikut ini :

"Didukung kok, Mbak. Soalnya orang tua saya senang saya bisa mandiri. Dulu saya gak mandiri. Minta orang tua terus duitnya. Sekarang ya masih pake uang orang tua tapi tak masukkan ke tabungan untuk masa depan."(wawancara Wildan, Agustus 2016)

Melalui upaya kemandirian seperti ini maka hal ini dapat membawa perubahan sosial bagi masyarakat. Keberadaan bonus demografi yang memperlihatkan bahwa keberadaan anak muda yang cukup dominan akan mampu menjadi masalah sosial jika tidak tertangani. Maka apabila anak muda mampu mandiri, ke depan permasalahan sosial akan terselesaikan.

5. Kontribusi sosial bagi driver gojek: melatih kemandirian sosial (identitas)

Kemandirian lain adalah kemandirian sosial. Pekerjaan sebagai driver gojek juga memberikan status sosial baru bagi masyarakat. Perubahan paradigma menjadi seorang tukang ojek online adalah perubahan *mindset* yang cukup menarik di masyarakat. Pekerjaan yang awalnya dianggap sebelah mata, dengan model yang menarik gojek menjadi sumber menentukan status sosial baru bagi masyarakat. Melalui status sosial sebagai driver gojek, maka driver gojek akan berupaya memberikan pelayanan maksimal kepada penumpang. Hal ini memicu kemandirian sosial bagi masyarakat untuk dapat berinteraksi dengan baik. Selain itu sistem gojek yang memberikan ukuran layanan secara sadar bagi driver gojek dan user secara langsung mampu memotivasi driver untuk berprestasi. Seperti yang diungkapkan salah satu informan :

"Yang beda dari aku yaa, Lingkungan selama jadi gojek sih cukup banyak mengubah, dulu orang yang ngga suka ngomong sekarang jadi sering

ngomong karena dipaksa ngobrol ya sama pelanggan. Jadi ngerasa susah juga lah ya kerja dibagian pelayanan, apalagi harus nunjukin pelayanan yang terbaik. Untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, aku lebih merasa menghargai setiap orang, aku kan jadi banyak kenal juga sama orang-orang yang berbeda karakternya, banyak di gojek yang kerjanya sambilan. Ada gojek juga yang di rekrutmen dari opak opak.”(wawancara Ayu, Agustus 2016)

Hal ini menunjukkan bahwa kemandirian sosial dapat diciptakan oleh individu yang terlibat dalam proses aktivitas sosial. Gojek menjadi salah satu aktivitas sosial yang memberikan kesempatan bagi driver untuk mengakselerasi kemampuan sosialnya di tengah masyarakat.

Adanya dukungan dari masyarakat dan lingkungan sosial juga sangat menentukan proses kemandirian sosial. Seperti yang diungkapkan oleh informan:

”Kalo pekerjaan ngga ada masalah sih mba. Keluarga ngga ada masalah malah keluarga kalo sama saya justru menyemangati. Ngga ada yang nganggep gojek negatif. Pekerjaan apa aja saya nikmati. Seneng saya. Selama ini yakin aja.”(wawancara Suriyono, Agustus 2016)

Artinya bahwa status sosial sebagai tukang ojek menjadi status sosial yang cukup baik diterima di masyarakat karena memang manfaat yang diperoleh para driver gojek.

Dibalik berbagai keuntungan sosial dan ekonomi yang diperoleh dari keberadaan gojek ada satu bentuk kontribusi yang menarik yang diciptakan karena teknis kerja dalam sistem gojek. Berbagai sarana yang digunakan dalam pekerjaan sebagai gojek terwujud dalam simbol-simbol atau benda-benda yang mampu memberikan identitas bagi masyarakat. Hal tersebut adalah status pekerjaan, helm, *gadget*, jaket dan sepeda motor. Berbagai hal tersebut ternyata mampu menjadi bentuk identitas tersendiri di masyarakat saat ini. Identitas yang diciptakan dan dimaknai sebagai sebuah bentuk profesi dengan kekhasan tertentu menjadi daya tarik dan menempatkan posisi sosial gojek dalam salah satu pilihan.

6. Kontribusi teknis gojek: Sarana konflik untuk menciptakan perubahan sosial

Selain berbagai kontribusi yang cenderung mengarah pada keuntungan yang dapat dilihat secara kasat mata, ada salah satu bentuk kontribusi sosial gojek yang cukup menarik. Kemunculan gojek dapat dilihat sebagai sebuah bentuk sarana konflik untuk menciptakan perubahan sosial. Hal ini terjadi karena keberadaan gojek sebagai sebuah alternatif yang memberikan tawaran menggiurkan di masyarakat di sisi lain telah mengalienasi berbagai aktor yang sudah berkuasa sebelumnya. Adanya sesuatu yang baru memicu persaingan yang

dapat mengarah pada konflik. Seperti yang diungkapkan melalui pengalaman beberapa informan berikut ini :

"Yang bermasalah itu yang sama orang-orang yang ngerasa lahan pekerjaannya kita ambil. Jadi pekerjaannya di rebut. Kaya ojek pangkalan. Gojek sendiri kan baru. Tapi manajemen juga mendekati orang-orang ini (ojek pangkalan). Yang pertama ditawari ya ojek pangkalan. Biar kalo gojek pekerjaan yang bermanfaat ya mereka juga bisa ngrasain manfaatnya. Yang paling parah sih ya saingannya sama taksi. Itu kan paling orang lebih memilih pakai gojek, apalagi kalau bawaannya sedikit. Masyarakat juga ngga ada masalah. Paling sama orang-orang yang merasa tersaingi. Kalo dibandara kan mahal banget. Taxi minimal 25ribu." (wawancara Ayu, Agustus 2016)

Salah satu bentuk yang memperlihatkan ada bentuk persaingan dengan sarana transportasi lain. Hal yang sangat wajar dalam hal ini karena adanya kebudayaan atau pola baru di masyarakat pasti akan menimbulkan gejolak bagi pola-pola lama. Secara sosial keberadaan gojek online mengubah kebiasaan dan sistem sosial dalam masyarakat. Kebiasaan itu berubah dengan mulai bergesernya pola konvensional menggunakan transportasi umum dan mengubahnya dengan menggunakan teknologi untuk memesan transportasi umum secara online (Anindhita, Arisanti, Rahmawati, 2016).

Perubahan sosial tidak semua dapat direspon secara positif namun ada berbagai pihak yang juga akan merespon secara negatif. Hal terpenting adalah meniyasati berbagai dampak perubahan tersebut.

Oleh sebab itu dalam hal ini penyesuaian adalah satu hal yang perlu dilakukan agar perubahan sosial dapat dikelola dengan baik di masyarakat dan tidak menimbulkan gejolak berlebihan. Para driver gojek dapat memberikan dukungan dengan membangun relasi yang baik dengan para driver ojek lain yang sebelumnya memang menguasai model transportasi ojek. Seperti yang diungkapkan Wildan berikut : *"Kalo ngambil jangan di depannya. Nanti disuruh jalan dulu di jalan raya atau di mana. Sembunyi-sembunyi gitu."* Hal ini mungkin perlu dilakukan sebagai langkah untuk menghadapi gejolak perubahan sosial di masyarakat. Bukan untuk menghindari konflik, namun seperti yang kita ketahui bahwa gojek tidak hanya sistem otonom yang dilakukan oleh driver saja. Gojek memiliki sistem ketarikatan yang meskipun tidak nampak namun ada bentuk identitas bersama yang diciptakan oleh kelompok pengguna gojek.

Hal ini yang perlu diperhatikan bagi perusahaan dan pemerintah bahwa kemunculan pola baru di masyarakat harus direspon dari berbagai sisi. Kesiapan berbagai pihak untuk mengantisipasi berbagai permasalahan sosial sebagai dampak perlu untuk dipikirkan. Upaya preventif dan represif perlu dirancang agar ketika terjadi perubahan sosial yang cukup besar dan bersampak di masyarakat akan dapat tertangani.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Perkembangan teknologi informasi dan penetrasi jaringan internet mendorong tumbuhnya industry digital yang menyasar konsumen pemilik telepon pintar. Industry digital ini mengeksplorasi kebutuhan masyarakat yang secara individual dihadirkan di depan layar telepon pintar. Industry digital tumbuh pesat didukung oleh platform sistem terbuka (android) yang bisa dikembangkan untuk berbagai macam aplikasi yang disesuaikan dengan kebutuhan pengembang dan masyarakat.

Dukungan pendanaan dengan skema modal ventura memunculkan bisnis startup berkembang sangat pesat. Pemodal-pemodal asing dengan mudah masuk kedalam bisnis ini dengan melihat pertumbuhan penggunaan telepon pintar dan paket data internet. Salah satu bisnis startup yang berkembang adalah penyedia aplikasi ride sharing yang mempertemukan driver-passanger dengan cara baru yang lebih cepat, aman dan murah. Didahului dengan heboh aplikasi uber yang merupakan versi taxi online, disusul dengan aplikasi grab (bike/car) hingga yang sangat terkenal di Indonesia Gojek.

Gojek menyasar konsumen kota-kota besar di Indonesia yang sangat peka dengan masalah transportasi. Gojek memberikan solusi terkait dengan penyediaan transportasi umum yang cepat, aman dan murah berbasis aplikasi yang bisa diunduh melalui playstore (android) maupun appstore (ios).

Gojek menawarkan sistem kerja yang efektif dan efisien dimana gojek tidak hanya menyediakan aplikasi teknologinya tetapi juga melakukan rekrutmen hingga menghubungkan driver dengan penumpang. Bisnis ini sangat menjanjikan karena gojek tinggal mengelola sistem aplikasinya sedangkan sepeda motor sebagai moda transportasi dimiliki secara personal oleh driver. Gojek membuat skema kerjanya sebagai berikut: (1) rekrutmen dengan beragam syarat yang sederhana dan mudah ditambah dengan wawancara, penjelasan teknis, pembukaan rekening bank (deposit saldo) hingga menyediakan atribut identitas gojek (Helm, Jaket, HP), (2) penetapan sistem tarif berbasis jarak yang bisa diperhitungkan dari awal dengan sistem GPS yang memberikan estimasi jarak pengantaran. Gojek juga memberikan kemudahan pembayaran dengan sistem tunai/non tunai. Bagi driver gojek memberikan bonus/apresiasi atas kinerja mereka sesuai dengan target yang telah ditetapkan. (3) gojek menentukan target performa minimal yang wajib dipenuhi driver gojek, (4) gojek juga melakukan maintenance terkait dengan kepuasan pelanggan dengan meminta konsumen

memberikan penilaian bintang sesuai dengan tingkat kepuasan setelah selesai menggunakan layanan gojek. sistem rating bintang ini juga akan menentukan keberlanjutan driver, sehingga driver terdorong untuk memberikan layanan yang terbaik, (5) aturan kerja menjadi satu hal yang mutlak. Gojek memiliki standard operasional procedure untuk memastikan kenyamanan, keamanan dan kepuasan konsumen.

Dalam penyediaan driver gojek dengan mudah mendapatkannya karena tingkat popularitas gojek yang semakin tinggi. Beberapa faktor yang mendorong driver tertarik untuk bekerja 'ngojek' antara lain: (1) melihat pada hasil yang didapat, (2) fleksibilitas jam kerja, beberapa menjadikan gojek sebagai pekerjaan sampingan yang menghasilkan tambahan penghasilan, (3) ajakan teman, (4) status pekerjaan, (5) tambah teman, (6) sistem kerja, (7) kebutuhan akan pekerjaan.

Perkembangan gojek dan penerimaan masyarakat terhadap aplikasi ini mendorong kontribusi sosial keberadaan gojek. kontribusi sosial keberadaan gojek antara lain: (1) gojek memiliki kontribusi dalam penyerapan tenaga kerja. Gojek menciptakan peluang pekerjaan dalam jumlah besar, di satu kota saja seperti Jakarta jumlah keterserapan tenaga kerja bisa mencapai lebih dari 5000 orang. (2) menjadi alternative pilihan pekerjaan. Gojek menciptakan status pekerjaan yang baru yang dahulu sering diremehkan terkait dengan label "tukang ojek", saat ini status gojek mengalami perubahan. (3) sebagai alternative pengisi waktu luang. Bagi perempuan keberadaan gojek memberikan peluang untuk memaksimalkan waktunya untuk kegiatan produktif. (4) kemandirian ekonomi. Gojek menciptakan peluang yang sama bagi siapa saja untuk mandiri secara ekonomi dengan modal yang tidak besar. (5) gojek melatih kemandirian sosial. Memberikan status sosial yang baru yang juga menuntut untuk bisa melayani orang lain dengan baik. (6) gojek mendorong perubahan sosial melalui sarana konflik. Gojek memunculkan persaingan baru secara lebih adil dan memberikan kegoncangan pada struktur yang telah ada untuk membentuk sistem baru yang lebih adil dan terbuka bagi semua.

B. Saran

Penelitian terkait dengan gojek ini memberikan pemahaman yang luas terkait dengan sistem operasional gojek, faktor pendorong driver bergabung dengan gojek dan kontribusi sosial gojek. Masih banyak potensi permasalahan yang belum tercover dalam penelitian ini misalnya terkait dengan potensi konflik yang muncul terutama dengan penyedia moda transportasi konvensional, kompetisi

antar sesama dan dengan moda transportasi lain, alienasi driver gojek, identitas gojek hingga hubungan dan penerimaan sosial gojek dalam lingkungan sosial.

Implikasi penelitian ini menguak banyak kelebihan dan kelemahan gojek yang menjadi perhatian bagi akademisi, pemerintahan hingga tokoh masyarakat terkait dengan lemahnya regulasi terhadap gojek baik terkait operasional maupun aturan tenaga kerja (belum ada serikat pekerja), perlunya safety regulasi dikarenakan populasi gojek yang tumbuh pesat dan kecepatan layanan. Dari sisi manajemen gojek, perlu memperhatikan proporsi jumlah driver dan peningkatan performa pelayanan.

DAFTAR PUSTAKA

- Atmasari, Nina. (2015). *Gojek di Jogja mulai beroperasi*. Tersedia di <http://www.harianjogja.com/baca/2015/11/17/gojek-di-jogja-mulai-beroperasi-di-jogja-gojek-punya-200-pengemudi-662006> diakses pada 26 Maret 2016
- Damsar & Indrayani. (2009). *Pengantar Sosiologi Ekonomi*. Jakarta: Prenada Media
- Fraiberger & Sundararajan. (2015). *Peer to Peer Rental Markets in The Sharing Economy*. Tersedia di http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2574337 diakses 24 Maret 2016
- Hertz, Daniel. (2016). *Like Uber, but for redistribution*. Tersedia di <http://cityobservatory.org/like-uber-but-for-redistribution/> diakses pada 26 Maret 2016
- Liang Ting, Yu. (2015). *Tapping into students' digital literacy and designing negotiated learning to promote learner autonomy*. *Internet and Higher Education*. 26, 25-32
- RideHunt. (2015). *Apa itu Ride Sharing?*. Tersedia di <http://www.ridehunt.id/apa-itu-ride-sharing> diakses pada 27 Maret 2016
- Rogers, Brishen. (2015). *The Social Costs of Uber*. Tersedia di <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2608017> diakses pada 24 Maret 2016
- Satria, Hardiat Dani. (2015). *Gojek Terapkan Sistem Bagi Hasil*. Tersedia di <http://news.metrotvnews.com/read/2015/02/23/361932/gojek-terapkan-sistem-bagi-hasil> diakses pada 26 Maret 2016
- Swedberg, Richard. (2003). *Principles of Economic Sociology*. New Jersey: Princeton University Press
- Patton, Michael Quinn. 2001. *Qualitative Research and Evaluation Methods*. Sage Publication : United States Of America
- Silaban, Okto. 2015. *Investor Go-Jek dan Sejarah Para Pendirinya* Tersedia di <https://labanapost.com/2015/07/website/investor-go-jek-dan-sejarah-para-pendirinya/> diakses pada 16 Oktober 2016
- Esfandari, Diah Agung. 2015. *Gojek in Conflict: Cultural Perspective*. Tersedia di https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/files/115456/article_f/gojek-in-conflict-cultural-perspective-proceeding-international-conference-on-transformation-in-communication-icotic-november-2015.pdf diakses pada 20 Oktober 2016
- Anindita, Arisanti, dan Rahmawati. 2016. *Analisis Penerapan Teknologi Komunikasi Tepat Guna Pada Bisnis Transportasi Online (Studi pada Bisnis Gojek dan Grab Bike dalam penggunaan Teknologi Komunikasi Tepat Guna untuk mengembangkan Bisnis Transportasi)*. *Prosiding Seminar Nasional Indocompac*. Jakarta: Universitas Bakrie.
- Cramer and Krueger. 2016. *Disruptive Change in The Taxi Business: The Case of Uber*. Working Paper. Cambridge: National Bureau of Economic Research.
- Syatiri, Ana Shofiana. 2015. *Punya Gelar Sarjana Rela Antre Berjam-jam untuk Daftar Go-Jek*. Tersedia di <http://megapolitan.kompas.com/read/2015/08/12/10064551/Punya.Gelar.Sarjana.RelanAntre.Berjam-jam.untuk.Daftar.Go-Jek> diakses pada 25 Oktober 2016
- Tuan and Babiano. 2013. *Motorcycle Taxi Service in Vietnam: Its Socioeconomic Impacts and Policy Considerations*. *Proceedings of The Eastern Asia Society for Transportation Studies*. Vol 9.

Kusuma, Shinta. 2016. Kerja Fleksibel Lebih Produktif. Tersedia di <http://www.pesona.co.id/article/kerja-fleksibel-lebih-produktif> diakses pada 25 Oktober 2016