

GO-JEK SEBAGAI SIMBOL PERUBAHAN SOSIAL DAN EKONOMI DI KOTA TEGAL

Mahmud Yunus

mahmudyunustegal@gmail.com

Pendidikan Ekonomi, Universitas PGRI Semarang

Abstrak

Go-Jek merupakan salah satu perusahaan transportasi ojek online di Indonesia yang berdiri sejak tahun 2010, Kehadiran Go-Jek telah mengundang banyak pro dan kontra dimasyarakat, mulai saat berdiri hingga saat ini menimbulkan banyak perdebatan diberbagai kalangan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk meneliti dampak Go-Jek terhadap perubahan sosial dan ekonomi di Kota Tegal baik dari sisi driver Go-Jek, konsumen maupun transportasi konvensional. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan wawancara secara mendalam. Total responden dalam penelitian ini sebanyak 15 responden, dengan rincian 5 responden dari driver Go-Jek, 5 responden dari konsumen dan 5 responden dari transportasi konvensional. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini menerangkan bahwa : (1) Terjadi perubahan perilaku sosial dan ekonomi yang positif pada driver Go-Jek (2) Terjadi perubahan perilaku sosial dan ekonomi yang positif pada konsumen Go-Jek (3) Terjadi perubahan sosial dan ekonomi yang negatif terhadap transportasi konvensional pesaing Go-Jek

Kata Kunci: Transportasi Online, Go-Jek, Perubahan Sosial, Perubahan Ekonomi

Abstract

Go-Jek is one of the online ojek transportation companies in Indonesia established since 2010, Go-Jek presence has been inviting many pros and cons in the community, from the moment of standing up to now raises a lot of debate in various circles. The purpose of this research is to examine Go-Jek's impact on social and economic change in Tegal City from the Go-Jek driver side, consumer and conventional transportation. This research uses qualitative research type with in-depth interview. Total respondents in this study were 15 respondents, with 5 respondents from Go-Jek driver, 5 respondents from consumers and 5 respondents from conventional transportation. The results obtained from this study explain that: (1) Positive social and economic behavior change in Go-Jek driver (2) Positive social and economic behavior change in Go-Jek consumer (3) There is a social and economic change negative against conventional transport competitors Go-Jek

Keywords: Online Transportation, Go-Jek, Social Change, Economic Change

ISSN

2548-6535 (print)

2615-6784 (online)

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi di era milenial telah berdampak pada semua aspek kehidupan, dengan adanya jaringan internet yang meluas dan semakin cepat menambah kecanggihan *smartphone* yang dapat digunakan oleh lapisan masyarakat dari semua kalangan dan tanpa batasan usia.

Maharani, (2017) menjelaskan perkembangan teknologi internet yang cepat menyebabkan perubahan dalam masyarakat. Banyak bisnis mulai muncul dengan melibatkan perkembangan teknologi internet. Salah satunya adalah bisnis di aplikasi berbasis penyedia layanan di bidang mode transportasi berbasis online yang ternyata bisa memberikan solusi dan menjawab berbagai kekhawatiran publik tentang layanan transportasi umum.

Fitria and Fathaniaizzati, (2016) menjelaskan Go-Jek adalah salah satu perusahaan yang menawarkan layanan transportasi ojek yang terintegrasi dengan teknologi, dengan menggunakan aplikasi berbasis pemesanan ojek. Sebagai pelopor dalam bisnis ini, Go-Jek mendapat respon yang baik dari konsumen dan *driver*.

Bermula pada saat tahun 2010, Go-Jek yang merupakan perusahaan transportasi roda dua melalui panggilan telepon, kini telah tumbuh menjadi *on demand mobile platform* dan aplikasi yang menyediakan berbagai layanan lengkap mulai dari transportasi, logistik, pembayaran, layanan-antar makanan, dan berbagai layanan lainnya, Go-Jek telah hadir di lebih 50 Kota besar di Indonesia, salah satunya adalah Kota Tegal.

Kehadiran Go-Jek telah mengundang banyak pro dan kontra dimasyarakat, mulai saat berdiri hingga saat ini menimbulkan banyak perdebatan diberbagai kalangan, kehadirannya disambut baik oleh konsumen juga memberikan sambutan yang positif dengan adanya Go-Jek sebagai alternatif pilihan transportasi, selain itu masyarakat yang belum mendapatkan pekerjaan dan kelompok pekerja yang memanfaatkan menjadi *driver* Go-Jek untuk mencari

tambahan pendapatan, akan tetapi menurut Wahyuningtyas, (2016) kehadiran Go-Jek mengancam transportasi konvensional misalnya ojek pangkalan, angkutan umum, taksi konvensional dan tukang becak yang sudah ada sebelumnya, mereka terancam dengan hadirnya Go-Jek dan selalu menyuarakan aspirasi menuntut pemerintah kota melarang beroperasinya Go-Jek diwilayah mereka. Pertanyaan yang memerlukan jawaban lebih mendalam adalah apa dampak hadirnya Go-Jek, apa saja permasalahan yang muncul, dan bagaimana mengatur Go-Jek agar dapat bersinergi dengan transportasi lainnya.

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang mendalam mengenai dampak sosial dan ekonomi yang terjadi pada sisi driver Go-Jek, konsumen dan transportasi konvensional.

Makalah ini disusun menjadi lima bagian. Bagian pertama pendahuluan mencakup latar belakang, ruang lingkup dan batasan-batasan penelitian. Bagian kedua metodologi yang digunakan yaitu dengan menggunakan penelitian kualitatif. Bagian ketiga hasil dan pembahasan yang mendalam. Bagian keempat kesimpulan dan bagian terakhir diakhiri dengan saran kepada semua pihak yang terkait.

METODE

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Data dikumpulkan dengan menggunakan metode survei, observasi langsung lokasi, melalui wawancara secara mendalam kepada responden. Total responden dalam penelitian ini sejumlah 15 responden, dengan rincian 5 dari driver Go-Jek, 5 dari konsumen, 3 dari tukang ojek pangkalan dan 2 dari sopir angkutan umum.

Pertanyaan disusun sesuai dengan latar belakang kelompok responden, wawancara dilakukan secara mendalam mengenai persepsi mereka tentang Go-Jek, dampaknya pada perilaku sosial dan dampaknya pada ekonomi mereka. Untuk

mendapatkan tambahan informasi peneliti juga tergabung dalam grup whatsapp *driver* Go-Jek.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dan pembahasan dalam penelitian ini peneliti kelompokan kedalam tiga bagian. Bagian pertama perubahan sosial dan ekonomi pada *driver* Go-Jek. Bagian kedua perubahan sosial dan ekonomi pada konsumen Go-Jek. Bagian ketiga perubahan sosial dan ekonomi pada transportasi konvensional lain.

Bagian pertama, peneliti melakukan wawancara secara mendalam secara terpisah kepada 5 *driver* di kota Tegal, yang terdiri dari 4 laki-laki dan 1 perempuan, 2 dari *driver* mengaku menjadikan pekerjaan utama dan 3 *driver* mengaku menjadikan sebagai pekerjaan sampingan.

Perubahan sosial yang muncul dari diri *driver* tentu mereka menjadi mau belajar teknologi, paling tidak belajar aplikasi Go-Jek dan aplikasi *Google Map*, sebagai penunjang aktifitas sebagai *driver*. Perubahan sosial yang sangat menonjol dari diri *driver* adalah solidaritas yang kuat pada komunitas sesama *driver* Go-Jek, hal ini mereka lakukan untuk saling bertukar pikiran dan pengalaman seputar pekerjaan sebagai *driver* Go-Jek dan pembahasan lainnya yang tidak terkait dengan Go-Jek. Solidaritas mereka tunjukan dengan bergabung dalam grup *WhatsApp* yang memudahkan mereka berkomunikasi saling membantu, selain itu mereka membuat tempat berkumpul di beberapa lokasi untuk tempat beristirahat, menunggu pesanan atau hanya sekedar bersenda gurau saja. Mereka mempunyai salam yang khas yaitu “salam satu aspal, *driver* Go-Jek”, ketika berjumpa di jalan biasanya mereka akan membunyikan klakson atau melambaikan tangan sebagai simbol saling menyapa.

Ketika ada salah satu *driver* yang terkena masalah di jalan mereka tidak sungkan untuk membantu, jika ada *driver* yang kecelakan mereka akan menjenguknya, bahkan pernah terjadi kecelakaan salah satu *driver* di Kota Tegal yang menyebabkan *driver* sampai meninggal dunia, hampir

semua *driver* di Kota Tegal ikut takziah dan mengantarkan jenazah sampai ke liang lahat. Akan tetapi solidaritas yang kuat ini dapat saja menyebabkan permasalahan jika mereka mendengar informasi salah satu *driver* mendapatkan perlakuan yang tidak menyenangkan oleh transportasi lain misalnya oleh ojek pangkalan, biasanya mereka akan mendatangnya secara bersama-sama meminta klarifikasi tentang kejadian yang terjadi kepada ojek pangkalan, jika tidak ada sosok yang dapat menenangkan bisa saja akan terjadi bentrokan antara *driver* Go-Jek dengan ojek pangkalan atau transportasi konvensional lainnya.

Selain *driver* Go-Jek solidaritas kebersamaannya semakin kuat, Perubahan sosial yang lain pada diri *driver* Go-Jek yaitu mereka lebih bersemangat dalam bekerja, mereka mengejar poin agar mendapatkan bonus uang dari pendapatan yang mereka dapatkan, jika mereka mengerjakan satu kali order untuk transportasi orang (*Go-Ride*) maka akan mendapatkan 1 poin, jika mereka mengerjakan satu kali order mengantar makanan (*Go-Food*) akan mendapatkan 2 poin, dalam satu hari poin akan dijumlahkan oleh aplikasi, jika poin mencapai 14 maka akan mendapatkan bonus uang Rp. 25.000, jika mendapatkan poin 16 maka akan mendapatkan uang Rp. 40.000, dan jika mereka mendapatkan poin 20 maka akan mendapatkan bonus uang Rp.100.000, menariknya bonus uang ini hanya bisa dicairkan apabila *driver* menyelesaikan minimal 40% dari orderan yang masuk, sehingga secara psikologis *driver* Go-Jek akan lebih bersemangat dalam menyelesaikan pesanan pekerjaannya. *Driver* akan terkena *suspend* (sanksi) apabila menolak pesanan yang masuk lebih dari 2 kali dalam waktu yang berdekatan, aplikasi mereka tidak dapat dijalankan selama 30 menit, hal ini juga menambah semangat bekerja *driver* untuk menerima pesanan pekerjaan yang masuk. *Driver* berubah menjadi pribadi yang menghargai kerja keras untuk mendapatkan uang sehingga mereka menjadi pribadi yang lebih hemat dan dapat mengatur pengeluaran uang yang mereka dapatkan.

Perubahan sosial yang lain pada *driver* Go-Jek adalah mereka menjadi ramah, memberikan senyum, salam dan sapa kepada

konsumen, karena hal itu merupakan SOP (*Standar Oprasional Prosedur*) sebagai seorang *driver* Go-Jek memberikan pelayanan yang baik untuk konsumen, temuan yang menarik rata-rata *driver* sebelum bekerja biasanya mereka akan mandi terlebih dahulu, memakai pakaian yang rapi, bersepatu dan memakai minyak wangi, agar konsumen yang menggunakan jasanya akan merasa nyaman dan senang sehingga konsumen akan memberikan bintang banyak yang dapat menaikkan performa *driver* di aplikasi.

Terdapat perubahan sosial yang negatif pada diri *driver* Go-Jek yaitu mereka menjadi terlalu asyik mencari uang dengan mengejar target bonus, sehingga terkadang melupakan ibadahnya, misalkan yang beragama islam meninggalkan shalatnya, perubahan sosial negatif lainya pada diri *driver* Go-Jek seringkali merasa kesal apabila ada order fiktif, baik itu dilakukan oleh orang iseng atau dilakukan oleh sesama *driver* agar terkena sanksi, kekesalan *driver* ini berbahaya jika tidak dapat mengontrolnya dapat menimbulkan kekerasan kepada pihak yang iseng melakukan order fiktif.

Sedangkan perubahan ekonomi pada *driver*, semua yang diwawancarai mengaku terdapat peningkatan pendapatan setelah bergabung menjadi mitra Go-Jek, 2 orang yang menjadikan Go-Jek sebagai pekerjaan utama, mengaku rata-rata perhari beroperasi selama 10 jam dan mendapatkan uang antara Rp. 80.000 sampai dengan Rb. 150.000 belum termasuk bonus, sedangkan 3 orang yang menjadikan Go-Jek sebagai pekerjaan sampingan mengaku mereka beroperasi diwaktu senggang setelah selesai mengerjakan pekerjaan utamanya atau setelah selesai kuliah, rata-rata dalam satu hari mereka menjadi *driver* Go-Jek selama 5 jam dan mendapatkan uang antara Rp. 30.000 sampai dengan Rp. 70.000, *driver* yang menjadikan Go-Jek sebagai pekerjaan sampingan mengaku jarang memenuhi target poin untuk mendapatkan bonus, namun mereka bersyukur terutama *driver* perempuan yang mengaku sangat terbantu dengan bergabung menjadi mitra Go-Jek dan memperoleh uang tambahan untuk membantu ekonomi keluarganya.

Bagian Kedua, peneliti melakukan wawancara secara mendalam kepada 5 responden konsumen Go-Jek, berdasarkan jenis kelamin terdiri dari 2 orang perempuan dan 3 orang laki-laki, berdasarkan latar belakang konsumen, 2 orang sebagai mahasiswa dan 3 orang sudah bekerja. Usia responden antara 20 sampai dengan 40 tahun. Hampir semua konsumen yang diwawancarai mengatakan bahwa kehadiran Go-Jek sangat membantu mereka dalam mengantarkan ke suatu tempat atau hanya sekedar memesan makanan, apalagi pada saat hujan. Mereka menggunakan layanan Gojek sebesar 20% dari total perjalanan mereka, yang artinya dari 10 kali perjalanan mereka 2 kali perjalanan diantaranya menggunakan Go-Jek, karena mereka mempunyai akses kendaraan pribadi, perjalanan menggunakan Go-Jek umumnya berjarak antara 3-10 Km, dengan biaya antara Rp.8.000 sampai dengan Rp. 25.000, sehingga dapat dihitung biaya tiap kilometer sekitar Rp. 2.500. biaya ini lebih mahal jika menggunakan angkutan umum atau bus namun lebih murah jika menggunakan ojek pangkalan, taksi konvensional dan becak.

Perubahan sosial yang muncul pada diri konsumen Go-Jek adalah mereka secara strata sosial merasa naik karena menggunakan Go-Jek, karena masyarakat menganggap pengguna Go-Jek adalah kelompok kelas tinggi secara ekonomi, apalagi jika memesan layanan antar makanan (*Go-Food*) konsumen merasa bangga sebagai kelas sosial yang telah memanfaatkan teknologi untuk kemudahan mereka, konsumen mengaku hampir selalu memberikan bayaran lebih daripada yang tertera diaplikasi, menariknya mereka memilih Go-Jek karena dianggap lebih murah dari transportasi konvensional lain dan dapat melihat harga terlebih dulu sebelum memesan, sehingga disatu sisi konsumen memilih Go-Jek karena dianggap lebih murah akan tetapi konsumen menjadi lebih dermawan memberikan bayaran lebih kepada *driver* Go-Jek, apabila pelayanan *driver* dianggap memuaskan dalam hal keramahan, kecepatan dan kebaikan kecil yang dilakukan oleh *driver* kepada konsumen.

Buamona, (2017) menjelaskan kualitas layanan yang diberikan oleh Go-Jek

akan mempengaruhi persepsi konsumen secara berbeda terhadap penggunaan layanan tersebut. Mendapatkan pelayanan yang baik dari *driver* Go-Jek, membuat konsumen menjadi manja, jika ada perilaku *driver* Go-Jek yang dianggap kurang memberikan pelayanan yang baik, misalnya telat hadir, pakaian kurang rapi, badan kurang wangi, atau ada ucapan yang menyinggung hati. Biasanya konsumen langsung menegur *driver* atau memberikan bintang sedikit dan komplain pada aplikasi Go-Jek. Perilaku ingin mendapatkan pelayanan yang baik ini seringkali konsumen juga menuntut pada transportasi lain untuk memberikan pelayanan yang sama seperti Go-Jek. Sehingga umumnya konsumen cenderung setia memilih Go-Jek sebagai layanan transportasinya ketimbang transportasi konvensional karena konsumen mengetahui bahwa Go-Jek memberikan layanan yang lebih baik daripada transportasi konvensional.

Konsumen mengaku dengan adanya Go-Jek mereka lebih malas menggunakan kendaraan pribadi untuk pergi membeli makanan, biasa pada saat malam hari atau pada saat sedang hujan, mereka lebih sering menggunakan jasa mengantar makanan (*Go-Food*) yang dibeli oleh *driver* Go-Jek dan langsung diantarkan ke tempat tujuan. Dengan kemudahan layanan memesan makanan ini menjadikan konsumen sering membeli makanan di luar, tanpa disadari konsumen menjadi berperilaku konsumtif, apalagi sering terjadi biaya layanan memesan makanan (*Go-Food*) lebih mahal dari harga makanan yang dipesan, misalkan salah satu responden mengaku pernah memesan nasi goreng seharga Rp. 12.000 biaya antar makanan (*Go-Food*) Rp. 14.000 sehingga responden tersebut mengeluarkan uang Rp. 26.000 hanya untuk membayar satu bungkus nasi goreng.

Perubahan ekonomi pada diri konsumen, mereka mengatakan tidak terdapat perubahan signifikan dalam hal ekonomi mereka, akan tetapi saat peneliti menggali informasi lebih mendalam, peneliti mendapatkan temuan peningkatan pengeluaran uang yang signifikan pada konsumen Go-Jek, terutama konsumen yang menggunakan Go-Jek sebagai transportasi utamanya yang sebelumnya mengeluarkan

uang Rp. 5.000 setiap kali jalan menuju ke tempat kerja menggunakan transportasi angkutan umum, dengan beralih ke Go-Jek konsumen mengeluarkan Rp. 10.000 sekali jalan menuju ke tempat kerja, jika dalam sehari berangkat pergi menggunakan Go-Jek maka pengeluaran Rp.20.000 jika pendapatan dari hasil kerja perhari Rp.50.000 maka pengeluaran untuk membayar Go-Jek sudah 40% dari total pendapatan, hal ini menunjukkan terjadi perubahan perilaku ekonomi yang kurang efisien. Apalagi jika melihat pengeluaran konsumen menggunakan layanan antar makanan (*Go Food*) yang menjadikan konsumen lebih sering membeli makanan diluar daripada makan masakan sendiri yang tentu saja akan menambah pengeluaran harian, ditambah biaya antar makanan (*Go-Food*) yang terkadang biayanya lebih mahal daripada harga makanan itu sendiri.

Bagi konsumen yang menggunakan Go-Jek pada saat tertentu saja, pilihan menggunakan Go-Jek mereka mengatakan pilihan yang tepat secara ekonomi, karena lebih praktis, lebih cepat dan tentu saja lebih murah dibandingkan dengan menggunakan transportasi konvensional. Konsumen dapat berhemat waktu, tenaga dan tentu saja uangnya, yang baik untuk ekonomi konsumen.

Bagian yang ketiga, peneliti melakukan wawancara mendalam kepada responden yang berlatar belakang 3 tukang ojek pangkalan, 1 supir angkutan umum dan 1 dari tukang becak. Kelima responden berjenis kelamin laki-laki, usia antara 30 sampai dengan 50 tahun. Semua responden mengaku dengan adanya Go-Jek pendapatan mereka berkurang lebih dari 50%. Mereka berpendapat seharusnya Go-Jek dilarang beroperasi di wilayah mereka, karena mengancam mata pencaharian mereka.

Perubahan perilaku pada tukang ojek pangkalan, sopir angkutan umum dan tukang becak, mereka mengeluh karena pendapatan mereka berkurang dikarenakan beralihnya konsumen mereka ke Go-Jek, mereka menyuarakan keluhan dengan berdemo dimana-mana menuntut agar Go-Jek dilarang beroperasi di wilayahnya, mereka juga lebih mudah emosi, mereka merasa jengkel apabila ada konsumen yang menolak ditawari

layanan mereka dan lebih memilih Go-Jek, inilah yang memicu emosi atau kemarahan tukang ojek pangkalan, apalagi jika ada driver Go-Jek yang mengambil penumpang di area wilayah mereka yang telah disepakati

Kemarahan ojek pangkalan, angkutan umum dan tukang becak pernah menimbulkan pertikaian dengan Go-Jek di Kota Tegal, bahkan pertikaian menimbulkan kericuhan hingga aparat kepolisian turun tangan, Ternyata selain perubahan sosial yang negatif yaitu mudah marahnya transportasi konvensional, terjadi juga perubahan sosial yang positif yakni mereka lebih bersemangat jemput bola menghampiri calon konsumen, dengan menawarkan jasanya, misalnya tukang ojek pangkalan dan tukang becak yang sampai menunggu kehadiran penumpang kereta atau bus yang baru saja turun. Perubahan sosial ini dapat dikatakan positif karena sebelumnya tukang ojek pangkalan, supir angkutan umum dan tukang becak lebih suka bermalasan-malasan menunggu penumpang datang, mereka mulai menyadari jika calon penumpang tidak dijemput hanya menunggu saja maka penumpang akan menghubungi Go-Jek. Perubahan ekonomi yang dirasakan oleh transportasi konvensional yaitu ojek pangkalan, angkutan umum dan tukang becak sangatlah berdampak dengan adanya go-jek mereka mengaku bahwa banyak

tidak *driver* Go-Jek tidak boleh mengangkut penumpang, misalnya di stasiun, terminal dan tempat-tempat khusus yang telah disepakati antara ojek pangkalan, supir angkutan dan tukang becak dengan *driver* Go-Jek.

penumpangnya beralih ke Go-Jek sehingga pendapatan mereka turun hingga 50%, jika sebelum ada Go-Jek pendapatan mereka tiap hari berkisar antara Rp.50.000 sampai dengan Rp. 150.000 mereka sekarang mengaku paling banyak mendapatkan uang hanya sekitar Rp. 30.000 sampai dengan Rp.50.000 saja tiap harinya, tentu berkurangnya pendapatan harian mereka berdampak sangat signifikan pada ekonomi keluarga, apabila mereka tidak mau beralih pada pekerjaan lain yang lebih menjanjikan atau melakukan inovasi baru yang dapat mempertahankan pekerjaan dan meningkatkan pendapatan mereka, maka perekonomian mereka akan semakin hancur, apalagi rata-rata dari mereka merokok, sehingga ada pengeluaran cukup besar untuk membeli rokok jika mereka tidak berhenti merokok.

Responden yang dijadikan obyek penelitian pada penelitian ini sebanyak 15 orang dengan latar belakang sesuai dengan indikator yang ditentukan. Adapun 15 informan tersebut adalah :

No	Nama	Deskripsi
1.	Hakim	Laki-laki usia 25 tahun, lulusan SMA, driver Go-Jek merupakan pekerjaan utama, sebelumnya berjualan siomay di Jakarta.
2.	Aji Purnomo	Laki-laki usia 23 tahun, lulusan SMA, driver Go-Jek merupakan pekerjaan utama, sebelumnya bekerja di pabrik wilayah Tangerang.
3.	Nur Khasanah	Perempuan usia 45 tahun, lulusan SMP, driver Go-Jek
		merupakan pekerjaan sampingan, kegiatan utamanya sebagai Ibu Rumah Tangga.
4.	Aminudin Azis	Laki-laki usia 33 tahun, lulusan SMA, driver Go-Jek merupakan pekerjaan sampingan, kegiatan utamanya sebagai peternak kambing.
5.	Ahmad Rizal	Laki-laki usia 26 tahun, mahasiswa, driver Go-Jek merupakan pekerjaan sampingan, kegiatan utamanya

		mahasiswa.			minggu.
6.	Nurul Fitriah	Perempuan usia 20 tahun, mahasiswa, menggunakan layanan Go-Jek lebih dari 4 kali dalam satu minggu.	11.	Sakmad	laki-laki usia 52 tahun, menjadi tukang ojek pangkalan sebagai mata pencarian utama.
7.	Firman Jaya	Laki-laki usia 40 tahun, pekerja, menggunakan layanan Go-Jek lebih dari 4 kali dalam satu minggu.	12.	Camah	Laki-laki usia 55 tahun, menjadi tukang ojek pangkalan sebagai mata pencarian utama.
8.	Ahmad Irham	laki-laki, usia 30 tahun, pekerja, menggunakan layanan Go-jek lebih dari 3 kali dalam satu minggu.	13.	Kodri	Laki-laki usia 40 tahun, menjadi tukang ojek pangkalan sebagai mata pencarian utama.
9.	Siti Anisa	Perempuan usia 27 tahun, pekerja, menggunakan layanan Go-Jek lebih dari 3 kali dalam satu minggu.	14.	Tahril	Laki-laki usia 38 tahun, menjadi supir taksi konvensional sebagai mata pencarian utama.
10.	Supriyanto	Laki-laki usia 21 tahun, mahasiswa, menggunakan layanan Go-Jek 2 kali dalam satu	15.	Topik	Laki-laki usia 58 tahun, menjadi tukang becak sebagai mata pencarian utama.

SIMPULAN DAN SARAN

Terdapat perubahan sosial dan ekonomi pada *driver* Go-Jek, terdapat perubahan sosial yang positif yaitu *driver* Go-Jek solidaritasnya menjadi kuat antar sesama *driver*, mereka menjadi lebih bersemangat menyelesaikan pesanan pekerjaan karena tergiur dengan mendapatkan bonus dan takut terkena sanksi, sikapnya menjadi ramah, penampilanya diperhatikan dengan memakai baju rapi, bersepatu dan memakai minyak wangi. Sedangkan perubahan negatifnya sering kesal jika mendapatkan pesanan fiktif. Perubahan ekonomi pada *driver* Go-Jek mereka memperoleh tambahan pendapatan setelah menjadi mitra Go-Jek, bagi yang menjadikan *driver* Go-Jek sebagai pekerjaan

utama rata-rata pendapatan perhari antara Rp.80.000 sampai Rp. 200.000 sedangkan yang menjadikan *driver* Go-Jek sebagai pekerjaan sampingan rata-rata pendapatan perhari antara Rp.30.000 sampai dengan Rp. 70.000 di luar bonus.

Terdapat perubahan sosial dan ekonomi pada konsumen Go-Jek, perubahan sosialnya konsumen secara strata sosial meningkat ketika menggunakan Go-Jek apalagi jika menggunakan layanan antar makanan (*Go Food*) seakan ada kebanggaan sebagai kelompok sosial yang telah memanfaatkan teknologi untuk kemudahan hidupnya, mereka lebih menjadi orang dermawan dengan memberikan bayaran lebih kepada *driver*, dengan layanan yang baik mereka menjadi lebih manja. Perubahan ekonomi konsumen menjadi lebih konsumtif dengan layanan yang mudah konsumen

menjadi sering memesan makanan di luar akan tetapi berbanding terbalik bagi konsumen Go-Jek yang menggunakan layanan Go-Jek disituasi yang tepat malah lebih ekonomis dibanding menggunakan transportasi konvensional.

Terdapat perubahan sosial dan ekonomi pada transportasi konvensional, khususnya pada tukang ojek pangkalan, supir angkutan umum dan tukang becak. Perubahan sosialnya mereka menjadi suka mengeluh, mudah marah karena pendapatan mereka berkurang, akan tetapi membuat mereka akhirnya bersemangat untuk menjemput penumpang daripada sebelumnya yang bermalas-malasan menunggu penumpang. Perubahan ekonominya pendapatan mereka berkurang hingga lebih dari 50% dikarenakan konsumen beralih ke layanan Go-Jek.

DAFTAR PUSTAKA

- Amiri Khorheh, M., Moisiadis, F. and Davarzani, H. (2015) 'Socio-environmental performance of transportation systems', *Management of Environmental Quality: An International Journal*, 26(6), pp. 826–851. doi: 10.1108/MEQ-09-2014-0140.
- Anh, V. and Mateo-babiano, I. B. (2013) 'Motorcycle Taxi Service in Vietnam – Its Socioeconomic Impacts and Policy Considerations', in *Eastern Asia Society for Transportation Studies*.
- Astri Fuji RS, Desta Fransiska, Meitry Ayu P, N. J. (2016) 'Politeknik Negeri Bandung', *Analisis Kepuasan Konsumen Gojek Di Wilayah Kota Bandung*, pp. 1–71.
- Bagloee, S. A. *et al.* (2016) 'Autonomous vehicles: challenges, opportunities, and future implications for transportation policies', *Journal of Modern Transportation*. Springer Berlin Heidelberg, 24(4), pp. 284–303. doi: 10.1007/s40534-016-0117-3.
- Buamona, D. M. (2017) 'Societal perception toward transportation modes based on online (Go-Jek) in Malang City', *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 70(1). doi: 10.1088/1755-1315/70/1/012007.
- Campbell, C. (2014) 'Community mobilisation in the 21st century: Updating our theory of social change?', *Journal of Health Psychology*, 19(1), pp. 46–59. doi: 10.1177/1359105313500262.
- Cervero, R., Golub, A. and Publishers, E. E. (2011) 'Informal Public Transport: A Global Perspective', (January 2011), pp. 488–518. Available at: <https://trid.trb.org/view/1116825>.
- D'Souza, K. C. (1984) 'Organizations as agents of social change', *Vikalpa*, 9(3), pp. 233–248. doi: 10.1177/0256090919840306.
- Fitria, S. E. and Fathaniaizzati, A. (2016) 'IDENTIFICATION OF THE IMPLEMENTATION OF FOUR DIMENSIONS OF INNOVATION BY JOE TIDD IN PT . GO-JEK INDONESIA', pp. 257–268.
- Ghozali, K. and Khalishah, D. (2016) 'Changing the Perception of Ojek Riding through Emotional Appeal as a Public Relation Strategy', *Proceeding of Association for Southeast Asian Studies in the United Kingdom (ASEASUK) Conference 2016*. Available at: <https://www.soas.ac.uk/cseas/aseasuk-conference-2016/file114967.pdf>.
- Hayashi, Y. *et al.* (2004) 'Urban Transport Sustainability : Asian Trends , Problems and Policy Practices', *Ejtir*, 4(1), pp. 27–45. Available at: http://www.ejtir.tudelft.nl/issues/2004_01/pdf/2004_01_02.pdf.
- Howe, J. and Davis, A. (1999) 'Boda Boda-Uganda's rural and urban l-capacity transport services'.
- Kruse, L. C. (2017) 'ICT in Transforming Mobility : The Case of Motorcycle Taxi OF MOTORCYCLE TAXI',

- (February).
- Kunreuther, F. (2003) 'The changing of the guard: What generational differences tell us about social-change organizations', *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 32(3), pp. 450–457. doi: 10.1177/0899764003254975.
- Kurniasih, N. (2016) 'LIBRARIES REBRANDING AND REPOSITIONING: WHAT CAN INDONESIAN LIBRARIANS LEARN FROM THE POPULARITY OF ONLINE MOTORCYCLE TAXI (OJEK)?', (2002).
- Kusuma, P. D. (2017) 'NEAREST DRIVER-FIFO COMBINATION MODEL IN ONLINE MOTORCYCLE TAXI DISPATCH SYSTEM', 95(22), pp. 6236–6247.
- Lee, C. (2016) 'To Uberize or Not to Uberize? Opportunities and Challenges in Southeast Asia's Sharing Economy', *Iseas Yusof Ishak Institute*, (33).
- Li, G. *et al.* (2011) 'Analysis of Paratransit Drivers' Stated Job Choice Behavior under Various Policy Interventions Incorporating the Influence of Captivity: A Case Study in Jabodetabek Metropolitan Area, Indonesia', *Eastern Asia Society for Transportation Studies*, 8, pp. 1–5.
- Livingstone, S. (2015) 'From Mass to Social Media? Advancing Accounts of Social Change', *Social Media and Society*, 1(1), pp. 2–4. doi: 10.1177/2056305115578875.
- Maharani Maulydia, Arianis Chan, P. W. T. (2017) 'No Title COMPARISON OF USER EXPERIENCE ON GO-JEK AND GRAB MOBILE APPS (A STUDY ON PT. GO-JEK AND PT. GRAB INDONESIA CONSUMERS IN DKI JAKARTA) Maulydiae', pp. 14–30.
- Natadjaja, L. and Setyawan, P. B. (no date) 'Creating Community through Design: The Case of Go-Jek Online', pp. 18–27.
- Natyari, S. G. (2016) 'Determinants Forming Uber Consumers ' Preferences in Bandung City , Indonesia', 4(12), pp. 20–25.
- Noulas, A. *et al.* (2015) 'Mining open datasets for transparency in taxi transport in metropolitan environments', *EPJ Data Science*. Noulas *et al.*, 4(1), pp. 1–19. doi: 10.1140/epjds/s13688-015-0060-2.
- Nurhidayah, F. and Alkarim, F. (2017) 'DOMINATION OF TRANSPORTATION NETWORK COMPANIES (TNCs) IN INDONESIA: AN INDONESIAN CASE', *International Journal of Business, Economics and Law*, 12(3), pp. 11–20.
- Ogunrinola, I. O. (2011) 'Informal Self-Employment and Poverty Alleviation: Empirical Evidence from Motorcycle Taxi Riders in Nigeria', *International Journal of Economics and Finance*, 3(2), p. 176. doi: 10.5539/ijef.v3n2p176.
- Oshima, R. *et al.* (2007) 'Study on Regulation of Motorcycle Taxi Service in Bangkok', *Proceedings of the Eastern Asia Society for Transportation Studies*, 6, pp. 1828–1843.
- Syabri, I., Pradono and Soegijanto, B. T. (2013) 'Embracing Paratransit in Bandung Metropolitan Area , West Java , Indonesia', pp. 1–13. Available at: <http://www.unhabitat.org/grhs/2013>.
- Wahyudi, R. (2017) 'Content analysis of impariality about news that covered online transport polemical " Go - Jek " on news portal Kompas . com and Detik . com in 2015', (October), pp. 10–11.
- Wahyuningtyas, S. Y. (2016) 'The online transportation network in Indonesia: A pendulum between the sharing economy and ex ante regulation', *Competition and Regulation in Network Industries*,

17(3-4), pp. 260-280. doi: www.Go-Jek.com (25 Oktober 2017).
10.1177/178359171601700304.

Wicaksono, A., Sulistio, H. and Wahyudi, A. (2017) 'Evaluation of Online Motorcycle Taxi Performance In Surabaya and Sidoarjo Area , Indonesia', 1(3), pp. 27-32.

Xu, J. (2009) 'The robbery of motorcycle taxi drivers (dake zai) in China', *British Journal of Criminology*, 49(4), pp. 491-512. doi: 10.1093/bjc/azp024.