

# **PERSAINGAN ANTAR PENGENDARA GO-JEK ONLINE DI KOTA PEKANBARU**

Oleh : Dedy Setiawan Syam  
Dosen Pembimbing: Drs.Syamsulbahri, Msi

Jurusan Sosiologi  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Riau  
Kampus Binawidya Jl. HR. Soebrantas Km 12,5 Panam Pekanbaru

## **ABSTRAK**

Kajian ini menjawab tentang jenis-jenis pelayanan jasa transportasi Gojek online di Kota Pekanbaru sudah berkembang, mulai dari pelayanan jasa Go-ride, Go-send, Go-mart, Go-shop dan Go-message, sementara layanan jasa Go-jek lainnya seperti Go-bak, Go-med dan Go-busway belum berkembang sesuai dengan kebutuhan konsumen atau pelanggan warga masyarakat Kota Pekanbaru. Bentuk-bentuk persaingan yang terjadi antar pengendara Gojek di Kota Pekanbaru selain dalam bentuk ketersediaan kendaraan yang sehat, irit, aman dan nyaman bagi konsumen, memiliki hubungan pergaulan atau relasi yang baik juga sangat menentukan keberhasilan meraup pundi-pundi keuntungan, baik melalui aplikasi online atau tidak. Bahkan, upaya dari seorang tukang ojek untuk memupuk hubungan yang baik dengan pelanggan atau konsumen untuk melakukan berbagai bidang jasa Gojek, juga sangat menentukan bertambahnya penghasilan Gojek pada masa yang akan datang, terlebih lagi apabila para driver Gojek sanggup untuk memberikan berbagai kemudahan dalam segala urusan jasa pelayanan kepada pelanggan atau konsumen. Sementara itu, hubungan pertentangan atau kontravensi yang terjadi antar pengendara Gojek berbasis aplikasi online di Kota Pekanbaru hanya berlangsung dalam hal upaya untuk menjelek-jelekan pihak lain atau pengendara Gojek lainnya dengan memberikan informasi yang kurang baik kepada pelanggan, seperti tuduhan kurang aman dan nyaman serta tidak terjamin keselamatan penumpang dan perilaku para driver Gojek yang nakal untuk mangkal di simpang atau perempatan jalan untuk mencari pelanggan atau konsumen secara manual (offline) tanpa menggunakan aplikasi yang telah ditetapkan perusahaan. Kajian ini

Kata Kunci : Persaingan, Kontravensi dan Go-jek Online

## **COMPETITION BETWEEN GO-JEK ONLINE DRIVERS IN PEKANBARU CITY**

*By: Dedy Setiawan Syam  
Supervisor: Drs.Syamsulbahri, Msi*

*Sociology Department  
Faculty of Social Science and Political Science  
Riau University  
Kampus Binawidya Jl. HR. Soebrantas Km 12.5 Panam Pekanbaru*

### **ABSTRACT**

*This study answers about the types of transportation services Gojek online in the city of Pekanbaru has developed, ranging from the services of Go-ride, Go-send, Go-mart, Go-shop and Go-message, while other Go-jek services such as Go-bak, Go-med and Go-busway have not developed in accordance with the needs of consumers or customers of Pekanbaru City residents. Forms of competition that occur between Gojek riders in Pekanbaru City in addition to the availability of vehicles that are healthy, economical, safe and comfortable for consumers, have good relationships or also determine the success of gaining profit coffers, either through online applications or no. In fact, the effort of an ojek driver to foster good relations with customers or consumers to carry out various Gojek services, also greatly determines the increase in Gojek's income in the future, especially if Gojek drivers are able to provide various facilities in all service matters service to customers or consumers. Meanwhile, the contradictory relationship that occurs between online application-based Gojek riders in Pekanbaru City only takes place in terms of attempts to vilify other parties or other Gojek riders by providing unfavorable information to customers, such as accusations of being less safe and comfortable and not Guaranteed passenger safety and behavior of Gojek drivers who are naughty to hang out at intersections or crossroads to search for customers or consumers manually (offline) without using applications that have been set by the company.*

*Keywords:* *Competition, Contravention and Go-jek Online*

## A. PENDAHULUAN

### 1. Latar Belakang

Belakangan ini kita melihat kabar duka yang muncul yaitu cerita pilu tentang bentrokan antara sopir angkutan dengan ojek online yang meluas di berbagai daerah di Indonesia. Kasus terakhir bukanlah peristiwa baru, deretan bentrokan antara mereka sebelumnya juga pernah terjadi, termasuk bentrokan besar di Jakarta pada tahun 2016. (Antaraneews, 2016). Tentu masyarakat tidak ingin hal ini terus berlangsung dan terjadi antar saudara yang sama-sama saling mencari nafkah dan sama bekerja untuk kebutuhan hidup keluarga.

Situasi saat ini, di dunia transportasi Indonesia saat ini dapat dikatakan sangatlah buruk. Para sopir dibiarkan bersaing di jalanan yang membuat watak individualnya muncul untuk kepentingan mendapatkan uang sewa. Negara melalui pemerintah benar-benar membiarkan sektor vital ini amburadul dimana sektor transportasi yang terjadi berbasiskan pada keuntungan bukan pada pelayanan kemanusiaan. Wajar kiranya dan masuk akal ketika banyak orang bekerja di sektor transportasi online, mengingat lapangan pekerjaan dan kebutuhan dibanding pemasukan yang diterima sebagian besar masyarakat tidak seimbang. Sementara bagi konsumen atau pelanggan, pilihan menggunakan transportasi reguler yang tidak nyaman dan aman, membuat mereka beralih menggunakan bus way, kereta api atau transportasi berbasis online.

Dengan adanya suatu wadah bersama antara sopir, majikan dan pekerja transportasi lainnya tentu akan memungkinkan terjadinya komunikasi yang baik dan dapat menghindari bentrokan horizontal, karena sejatinya persoalan persaingan di jalanan untuk

memperebutkan konsumen sekaligus mendapatkan uang, merupakan imbas dari suatu sistem transportasi yang tak jelas di Indonesia.

Ojek online atau nama populernya Go-jek, resmi menancapkan benderanya di Kota Pekanbaru pada awal April 2017 yang lalu. Perekrutan para driver atau pengendara juga telah dilakukan dan cukup mendapatkan antusias masyarakat. Kalangan mahasiswa hingga karyawan dan berbagai latar belakang profesi ramai-ramai mengadu peruntungan dalam memperebutkan usaha jasa transportasi online tersebut. Di balik itu, kehadiran Go-jek di Kota Pekanbaru juga menuai pro dan kontra, bahkan jauh sebelum resmi beroperasi. Namun bagai angin lalu, Gojek rupanya sudah tancap gas dan mulai meraup pundi-pundi uang dari setiap pemesanan jasa transportasi yang digadangkan berbasis teknologi aplikasi online yang simpel, aman, nyaman dan memuaskan pelanggan.

Setiap hari para pengendara Gojek sliweran membelah jalanan Kota Pekanbaru lengkap dengan jaket hijaunya, penumpang tinggal buka aplikasi, pilih Go-Ride lalu atur lokasi penjemputan dan tujuan, maka tak lama kemudian pengendara yang terhubung akan langsung merespon. Di *smartphone* juga sudah tertera biaya yang harus dibayar sesuai jarak tempuh, tinggal siapkan uangnya saja tanpa perlu nego-nego atau tawar menawar yang bertele-tele antara pengendara dengan pelanggan.

Sudah ada sekitar puluhan bahkan ratusan pengojek online yang bergabung di Gojek online Pekanbaru. Sebagian mereka berlatar belakang sebagai mahasiswa, pekerja atau karyawan bahkan profesi ibu rumah tangga dan lain-lain masuk menjadi driver atau pengendara Gojek online. Tim perekrutan menerapkan beberapa

standard yang mesti dipenuhi antara lain, memiliki Surat Izin Mengemudi Motor (Sim C), Surat Tanda Nomor Kendaraan (STNK), hingga fungsi pendukung sepeda motor seperti spion, lampu-lampu dan lainnya. Para pengendara ini akan mendapatkan keuntungan sekian persen dari setiap transaksi. Mereka juga tidak terikat, karena pola order dari pemesan ojek online bisa dipilah oleh setiap pengendara, artinya siapa yang menyahut duluan panggilan pemesan ojek diaplikasi, dialah yang mendapatkan rezeki jasa transportasi online, tidak berlaku jam kerja khusus, kapanpun bisa tergantung kebutuhan pemesan.

Masyarakat Kota Pekanbaru kini memiliki banyak alternatif pilihan, apalagi dengan hadirnya kompetitor hijau (Gojek), siapa saja bisa gabung asalkan memenuhi syarat, bahkan banyak juga pengendara wanita ikut bergabung di Gojek online di Pekanbaru. Gojek di Pekanbaru kini kian dikritik, promosi ojek online ini juga gencar di jejaring sosial, salah satunya adalah instagram. Selain itu, layanannya juga tak sekedar antar penumpang saja, namun juga layanan antar makanan, belanjaan dan lain-lain, pemesan membayarnya setelah pesanan tiba.

Kehadiran angkutan umum jasa transportasi online ini di Pekanbaru juga telah memicu konflik panas antara supir taksi konvensional. Sejak resmi beroperasi supir taksi konvensional di Pekanbaru melakukan pemberontakan dengan cara memberhentikan para pengendara ojek online yang sedang bekerja. Penyetopan itu diawali dengan tindakan anarkhis para supir taksi konvensional, mulai dari pukulan hingga hantaman ditujukan kepada supir gojek online yang melintas di berbagai sisi jalan. ( Pekanbaru.go.id, 2017).

Keberadaan Gojek ini tentunya bukan saja menimbulkan konflik terbuka dengan para supir atau driver usaha jasa transportasi lain yang telah beroperasi di Kota Pekanbaru, tapi juga secara internal memperlihatkan adanya persaingan atau kompetisi antar mereka para pengendara Gojek online tersebut dalam memperebutkan para pelanggan atau konsumen jasa transportasi online tersebut. Lapangan persaingan yang terjadi dapat berlangsung dalam hal banyaknya para pelanggan yang diperoleh para pengendara sebagai akibat dari banyaknya kenalan atau jaring komunikasi yang dimiliki driver sebelumnya, bidang-bidang jasa transportasi online yang dilakukan, termasuk cara-cara atau strategi pengendara dalam memberikan pelayanan yang memuaskan, nyaman dan aman kepada para pelanggan atau konsumen mereka agar tetap dapat menjalin hubungan kerja yang saling menguntungkan kedua belah pihak dalam jangka panjang.

Berdasarkan fenomena tersebut maka perlu kiranya dilakukan suatu penelitian tentang Gojek online ini dengan merumuskan judul sebagai berikut : “PERSAINGAN ANTAR PENGENDARA GOJEK ONLINE DI KOTA PEKANBARU”.

## **2. Rumusan Masalah**

Masalah pokok yang dapat dirumuskan dalam penelitian tentang Gojek online di Kota Pekanbaru adalah sebagai berikut :

- a. Apa saja jenis-jenis pelayanan jasa transportasi berbasis online yang ditawarkan oleh pengendara Gojek online di Kota Pekanbaru ?
- b. Bagaimana bentuk-bentuk persaingan yang terjadi antar pengendara Gojek online dalam memperebutkan usaha jasa

transportasi berbasis online di Kota Pekanbaru ?

### **3. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui beragam jenis usaha jasa transportasi Gojek online yang dilakukan dan dibutuhkan oleh konsumen atau pelanggan warga masyarakat di Kota Pekanbaru.
- b. Untuk menganalisis bentuk-bentuk persaingan yang terjadi antar driver atau pengendara Gojek online dalam memperebutkan usaha jasa transportasi kepada pelanggan di Kota Pekanbaru,

### **4. Manfaat Penelitian**

Manfaat atau kegunaan yang akan diperoleh dari hasil penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

- a. Sebagai bahan masukan yang berharga khususnya bagi para driver atau pengendara sekaligus organisasi dengan cara melakukan usaha melalui persaingan yang sehat antar pihak yang berkepentingan.
- b. Sebagai bahan masukan yang sangat penting bagi para pemangku kepentingan, khususnya pemerintah dalam mengatur dan mengelola usaha jasa transportasi berbasis online ini agar dapat dirumuskan sistem transportasi online yang mengatur hak-hak dan kewajiban pihak-pihak yang berkepentingan.

## **B. TINJAUAN PUSTAKA**

### **1. Proses Sosial dan Hubungan Disosiatif**

Manusia pada hakekatnya senantiasa mempunyai naluri kuat untuk bersama dengan sesamanya, dibandingkan makhluk hidup lainnya seperti hewan, seperti yang dikatakan oleh Soekanto (2001:27) bahwa apabila dibandingkan dengan makhluk hidup

lainnya seperti hewan, misalnya, manusia tidak akan mungkin sendiri. Manusia tanpa manusia lainnya pasti akan mati, manusia yang dikurung sendirian di suatu ruangan tertutup, pasti akan mengalami gangguan pada perkembangan pribadinya, sehingga lama kelamaan akan mati.

Naluri atau hasrat keduanya itulah melahirkan apa yang disebut dengan Proses sosial dalam kehidupan sosial manusia. Proses sosial adalah setiap interaksi sosial yang berlangsung dalam suatu jangka waktu tertentu sedemikian rupa sehingga menunjukkan pola-pola pengulangan hubungan perilaku dalam kehidupan masyarakat. Secara garis besarnya, proses sosial yang menjadi lapangan penyelidikan Sosiologi tersebut terdiri dari dua bentuk, yaitu proses sosial yang asosiatif dan proses sosial yang disosiatif.

Proses sosial tersebut dapat dikatakan asosiatif, apabila proses itu mengindikasikan adanya gerak pendekatan atau penyatuan. Bentuk khusus proses sosial yang asosiatif ini antara lain adalah Kooperasi, Akomodasi, Asimilasi dan Amalgamasi. Sedangkan proses sosial yang bersifat disosiatif itu dapat selalu ditemukan pada setiap masyarakat. Bentuk dan coraknya tentu akan bervariasi, tergantung dari keadaan budaya masyarakat yang bersangkutan. Proses sosial yang disosiatif ini ditandai dengan pola hubungan sosial yang berlawanan dari proses sosial asosiatif yaitu mengarah pada bentuk hubungan yang berbeda dan saling menjauhkan. Bentuk proses sosial disosiatif antara lain, kompetisi, konflik dan kontravensi (Narwoko-Bagong, 2007).

Kedua bentuk proses sosial asosiatif dan disosiatif tersebut dalam kehidupan masyarakat dapat berlangsung bersamaan tergantung pada beragam kepentingan dan kebutuhan

masyarakat dalam menjalin interaksi sosial antar individu, kelompok maupun masyarakat dalam suatu kebudayaan tertentu. Pada suatu saat tertentu menonjol hubungan yang bersifat asosiatif, namun dalam kesempatan ruang dan waktu berbeda berlangsung pula hubungan yang bersifat disosiatif.

a) **Kompetisi**

Kompetisi atau Persaingan diterjemahkan merupakan salah satu bentuk interaksi sosial disosiatif yang paling sederhana. Proses ini adalah proses sosial yang mengandung perjuangan untuk memperebutkan tujuan-tujuan tertentu yang sifatnya terbatas, yang semata-mata berguna untuk suatu kelangsungan hidup manusia dalam masyarakat. Secara umum, kompetisi dapat dibedakan dalam 2 (dua) tipe yaitu kompetisi personal, yaitu kompetisi yang bersifat pribadi antara 2 orang, dan kompetisi impersonal, yaitu kompetisi tidak pribadi yang berlangsung. (bukan antara orang-orang yang mendukung kepentingan-kepentingan pribadi) antara 2 kelompok. Sebagai contoh dapat kita lihat persaingan antara 2 perusahaan yang tentu saja menyangkut antara orang-orang, tetapi tidak menyangkut tentang urusan pribadinya, melainkan kedudukan atau status mereka selaku pegawai atau pejabat atau pemegang peranan dalam kedua perusahaan tersebut.

Persaingan juga dapat terjadi dan berlangsung dalam berbagai bidang kehidupan manusia. Persaingan di bidang ekonomi adalah sebuah contoh yang dapat kita saksikan setiap hari dalam kehidupan masyarakat. Persaingan ekonomi ini terjadi karena disebabkan terbatasnya persediaan barang-barang (goods) jika dibandingkan dengan jumlah dan kebutuhan konsumen yang menghendaki barang yang ditawarkan

dari persediaan itu. Di lain pihak, persaingan ekonomi tersebut juga dapat terjadi karena terbatasnya jumlah konsumen yang berdaya beli apabila dibandingkan dengan jumlah barang (goods) yang dapat dilempar ke pasaran oleh produsen. Persaingan itu memiliki fungsi atau efek yang bersifat positif bagi kehidupan manusia dalam masyarakat.

- Menyalurkan keinginan-keinginan perorangan atau kelompok-kelompok untuk saling menyaingi.
- Merealisasikan keinginan-keinginan, kepentingan-kepentingan, atau nilai-nilai yang sedang menjadi pusat perhatian publik ke arah tujuan-tujuan yang positif
- Mendudukan seseorang pada kedudukan-kedudukan atau peranan-peranan sosial yang tepat.
- Menyaring warga-warga masyarakat sesuai dengan kemampuan masing-masing sehingga terdapat pembagian kerja yang efektif (Narwoko-Bagong, 2007).

Akibat negatif dari suatu persaingan tentu saja ada, dimana persaingan dapat saja menimbulkan disorganisasi atau lebih memperparah kondisi disorganisasi yang telah tertanam dan berkembang dalam kehidupan masyarakat yang selalu berubah. Ketidakmampuan untuk menyesuaikan diri akan semakin nyata apabila terjadi persaingan-persaingan internal dalam kelompok masyarakat. Misalnya, dapat dilihat bagaimana mekanisasi dan industrialisasi telah mengakibatkan para kelompok pengusaha untuk bersaing keras memperebutkan pasar dan memenuhi permintaan konsumen, sehingga tenaga dan nasib manusia dipandang kurang penting keran akan digantikan oleh mesin-mesin produksi.

## b) **Konflik**

Konflik sebagai suatu proses sosial disosiatif juga dilakukan secara luas dalam kehidupan manusia bermasyarakat. Berbeda dengan kompetisi yang berlangsung secara damai dalam masyarakat, maka konflik adalah suatu proses sosial yang berlangsung dengan melibatkan orang-orang atau kelompok-kelompok yang saling menantang dengan ancaman kekerasan (Veeger, 1992).

Banyak faktor yang menyebabkan terjadinya hubungan konflik dalam kehidupan manusia bermasyarakat. Perbedaan pendirian dan keyakinan orang perorang akan menimbulkan konflik antar individu. Dengan mengejar tujuan dan kepentingan masing-masing individu maupun kelompok yang berbeda, maka individu atau kelompok akan bersaing dan berkonflik untuk memperebutkan kesempatan dan sarana yang tersedia.

### **Kontravensi**

Kontravensi berasal dari kata Latin, yaitu *conta* dan *venire*, yang artinya atau menghalangi atau menantang. Dalam proses sosial disosiatif yang disebut kontravensi ini terkandung usaha untuk merintangi pihak lain mencapai tujuan, walaupun demikian tidak terdapat maksud untuk menghancurkan pihak lain. Secara rinci, cara-cara kontravensi antara lain sebagai berikut :

- **Kasar dan halus** : ditandai oleh ketidaksopanan, berupa gangguan, ejekan, fitnah, provokasi, intimidasi dan lain-lain. Cara halus ditandai dengan menggunakan bahasa dan perilaku yang sopan.
- **Terbuka dan tersembunyi** : Cara terbuka dan dengan cara tersembunyi sulit diketahui.
- **Resmi dan tidak resmi** : Cara resmi adalah pertentangan dengan ketentuan hukum atau dengan ketentuan yang

dilembagakan oleh kekuasaan negara atau oleh kekuasaan agama. (Narwoko & Bagong, 2007).

## **2. Pelayanan dan Perlindungan Konsumen**

Suatu pemerintahan negara yang baik mampu memberikan pelayanan yang optimal sebagai sebuah konsep sebenarnya bukanlah sesuatu yang baru, namun secara realitas khususnya di Indonesia akhir-akhir ini merupakan hal yang baru. Konsep pelayanan yang mengutamakan akuntabilitas, transparansi, pelayanan prima, demokrasi, efisiensi, efektifitas, supremasi hukum dan dapat diterima seluruh masyarakat. Salah satu ciri yang menonjol dalam kemajuan masyarakat moderen adalah bahwa kehidupan masyarakat ditandai dengan kedinamisan masyarakat itu sendiri. tidak dapat dihindari.

Menurut Supriharto (1990:156) kualitas pelayanan adalah hasil akhir suatu proses pekerjaan yang dapat diukur dari kepuasan klien atau pelanggan. Sedangkan menurut Fandy Tjiptono (2006:31) kualitas pelayanan yaitu suatu kondisi yang dinamis yang berhubungan dengan produk jasa manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi harapan/ melebihi harapan. Sementara itu, menurut Sampara Lukman dan Sutopo (2003:4) bahwa suatu pelayanan prima adalah pelayanan yang sangat baik atau pelayanan yang terbaik dengan membantu dan berusaha mengurus kebutuhan orang lain atau seseorang. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa pelayanan prima adalah sebuah pelayanan yang diberikan dengan memiliki kualitas unggul dengan ukuran 1). Penggunaan waktu dan ketepatan, 2). Kecepatan atau prosedur yang tidak bertele-tele serta tidak adanya kesalahan, dan 3).

Penggunaan biaya administrasi yang terjangkau.

Sejak era reformasi Pemerintah Indonesia telah mengeluarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan konsumen yang dilengkapi dengan tentang Peraturan Pemerintah Nomor 58 Tahun 2001 tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen.

Penuntutan pidana dapat dilakukan terhadap pelaku usaha dan/atau pengurusnya yang melanggar ketentuan perundang-undangan ini dipidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau denda paling banyak 5 berliku milyar rupiah. Sebagai hukuman tambahan, dapat diberlakukan antara lain; perampasan barang tertentu, pengumuman keputusan hakim, pembayaran ganti rugi, perintah penghentian kegiatan tertentu yang menyebabkan timbulnya kerugian konsumen, kewajiban penarikan barang dari peredaran dan pencabutan izin usaha (BIP, 2017).

### 3. Konsep Operasional

Berdasarkan kepada uraian tinjauan pustaka sebagaimana yang dipaparkan terdahulu tentang persaingan antar pengemudi atau driver Gojek online di Kota Pekanbaru, maka dapat dirumuskan kerangka pemikiran sebagai jawaban sementara permasalahan dalam penelitian ini sebagai berikut :

#### Gambar 1

Persaingan antar Gojek Di Kota Pekanbaru

Bertitiktolak dari kerangka pemikiran yang telah dirumuskan dalam diagram tentang Persaingan antar pengemudi Gojek di Kota Pekanbaru, maka dapat dijelaskan bahwa Persaingan antar Gojek : Adalah proses sosial disosiatif untuk memperebutkan

tujuan-tujuan tertentu yang sifatnya terbatas yang akan dipelajari melalui beberapa aspek sebagai berikut :

- a. Ketepatan waktu :
- b. Aman dan nyaman.
- c. Kemudahan urusan

Sedangkan Kontravensi Antar Gojek : yaitu proses sosial disosiatif yang mengandung usaha untuk merintangi pihak lain mencapai tujuan dengan cara-cara kontravensi antara lain :

- a. *Kasar atau Halus* : berupa gangguan, ejekan, fitnah, provokasi, intimidasi dan lain-lain. Cara halus ditandai dengan menggunakan bahasa dan perilaku yang sopan.
- b. *Terbuka atau tersembunyi* : Cara terbuka atau sebaliknya, dengan cara tersembunyi sulit diketahui.
- c. *Resmi atau tidak resmi* : adalah pertentangan yang diterima dan ditegakkan dengan ketentuan hukum atau dengan ketentuan yang dilembagakan oleh kekuasaan negara atau oleh kekuasaan agama.

## C. METODE PENELITIAN

### 1. Jenis dan Lokasi Penelitian

Dalam upaya untuk mengetahui dan memahami realitas sosial, maka manusia menggunakan akal sehatnya untuk cari tahu dengan melaksanakan kegiatan penelitian (Malo, 1990). Pengujian kebenaran secara rasional dilakukan dengan cara mengoptimalkan kemampuan berpikir ilmiah, menganalisa data, baik data kuantitatif maupun data kjualitatif (Gani, 2013). Dalam mempelajari hubungan kompetisi antar pengemudi Gojek online, akan digunakan jenis penelitian kualitatif dengan pertimbangan bahwa metode kualitatif lebih mudah apabila berhadapan dengan kenyataan yang bersifat jejaring media sosial seperti Gojek berbasis online.

Lokasi penelitian di Kota Pekanbaru dengan pertimbangan bahwa pada

Bulan April 2017 yang lalu perusahaan Gojek online telah resmi beroperasi.

## 2. Subjek Penelitian

Peneliti menggunakan teknik *Purposive sampling*, sebagai berikut :

- a. Kepala Cabang perusahaan Gojek online di Kota Pekanbaru,
- b. Pengendara atau driver Gojek online di Kota Pekanbaru dengan kriteria pengendara sebagai berikut :
  - 1 orang pengendara dengan profesi sebagai mahasiswa.
  - 1 orang pengendara dengan profesi sebagai PNS.
  - 1 orang pengendara dengan profesi sebagai karyawan.
  - 1 orang pengendara dengan profesi sebagai wirausaha.
  - 1 orang pengendara dengan profesi sebagai pengangguran.
  - 1 orang pengendara dengan profesi sebagai perempuan.

## 3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik atau cara yang digunakan dalam pengumpulan data lapangan adalah sebagai berikut :

- a. *Wawancara Mendalam* : Menurut Lincoln dan Guba (Moleong, 2001) bahwa wawancara mendalam dilakukan untuk merekonstruksi mengenai orang, kegiatan dan perasaan serta pengalaman dan harapan dari subjek penelitian.
- b. *Observasi* : Untuk melengkapi data kualitatif digunakan pula teknik pengumpulan data dengan observasi (pengamatan).
- c. *Dokumentasi* : Yaitu berupa jumlah data dan fakta yang tersimpan dalam bahan-bahan berbentuk antara lain surat-menyurat, catatan harian, laporan, dokumentasi visual seperti foto dan sebagainya. yang dialami oleh subjek penelitian.

## 4. Cara Analisa Data

Miles dan Huberman (1986) menjelaskan bahwa model interaktif yaitu analisa data yang menggambarkan

sifat interaktif dalam koleksi data sebagai berikut : “*Data analysis consist of three flows of activity; data reduction, data display and conclusion drawing verification*”. (Bungin, 2003). Kemudian setelah data direduksi, disajikan dan dipaparkan, maka data akan diverifikasi untuk menarik suatu kesimpulan penelitian. Teknik triangulasi dilakukan antara data yang diperoleh dari informan dan dibandingkan dengan data yang diperoleh dari key-informan, kemudian data yang diperoleh dari wawancara mendalam akan dibandingkan dengan data yang diperoleh dari teknik wawancara dan dokumentasi. (Sugiyono, 2010).

## D. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Profil Perusahaan Go-jek Indonesia

Go-Jek merupakan sebuah perusahaan teknologi jasa transportasi dengan menggunakan ojek yang menawarkan segala kemudahan dan kenyamanan kepada pengunanya. Gojek berdiri pada tahun 2011, tapi Nadiem Makarim siinovator lebih senang menyebut perusahaan GO-JEK sebagai perusahaan teknologi. Dengan memanfaatkan kecanggihan teknologi mobile, GO-JEK berhasil merevolusi industri transportasi Ojek. Fitur yang ditawarkan GO-JEK pun berbagai macam seperti pengiriman barang, pesan antar makanan, berbelanja dan berpergian di tengah kemacetan. Pelayanan jasa transportasi Go-jek menawarkan kemudahan serta kecepatan dengan bekerja sama dengan para Tukang Ojek di bawah naungan perusahaan GO-JEK.

Layanan Go-jek menawarkan jasa pengantaran barang dan makanan, transportasi, serta jasa belanja. GO-JEK semakin berkembang setelah pada tahun 2014 mendapat suntikan dana dari

perusahaan investasi asal singapura yaitu Northstar Group. Perkembangan positif perusahaan membuat perusahaan ojek milik Nadiem Makarim tersebut juga mendapat suntikan dana pada tahun yang sama dari dua perusahaan yakni Redmart Limited dan Zimplistic Pte Ltd. (Sejarah aplikasi Gojek jasa angkutan cepat dan murah, <http://obendom.com/2015/03/12/gojek-Indonesia>).

Perusahaan Gojek memiliki persyaratan untuk calon pengemudi yang ingin menjadi driver gojek yaitu sebagai berikut :

1. *Fotocopy KTP, SIM C, STNK, KK*
2. *Surat keterangan domisili apabila KTP & tempat tinggal berbeda*
3. *Jaminan asli BPKB / Ijazah terakhir / KK / Akte Lahir / Buku Nikah*
4. *Usia maksimal 55 tahun*
5. *Pendidikan minimal SMP*
6. *Wajib menghadirkan motor saat seleksi*

Sebagaimana data yang tersedia bahwa pelayanan Gojek di Kota Pekanbaru tercatat hanya 5 jenis jasa transportasi yaitu; Go-ride, Go-send, Go-food, Go-mart, dan Go-shop.

Jenis pelayanan jasa transportasi Gojek di Kota Pekanbaru telah berkembang untuk memberikan pelayanan Go-message dibanding pada masa beberapa tahun yang lalu. Pelayanan Go-message ini adalah layanan jasa pijat kesehatan profesional yang antar-jemput ke rumah pelanggan. Perkembangan kebutuhan jasa pijat ini tentu semakin meningkat, karena Kota Pekanbaru merupakan kota transit tempat berkumpulnya para pendatang yang mencari nafkah atau proyek-proyek pekerjaan yang terbilang berkembang pesat. Jasa pelayanan pijat ini juga telah lama dilakukan warga masyarakat yang terlihat dari kolom-kolom surat kabar lokal yang mengiklankan jasa pijat profesional ini

untu antar jemput ke tempat konsumen atau pelanggan.

Untuk beberapa jenis pelayanan jasa transportasi Gojek lainnya seperti Go-med, Go-bak dan Go-Busway, ternyata masih belum berkembang. Hal ini disebabkan karena Go-busway memang belum ada kecuali bu kota sebagai sarana angkutan umum bagi warga masyarakat di Kota Pekanbaru. Begitu juga dengan Go-bak yang dinilai masyarakat masih belum dibutuhkan karena banyaknya sarana angkutan umum yang murah meriah tersedia di sepanjang jalan-jalan protokol di Kota Pekanbaru. Khusus untuk jasa pelayanan Go-med juga belum menunjukkan adanya trend perkembangan, diduga hal ini menyangkut urusan yang lebih bersifat pribadi, spesifik dan tidak perlu melalui perantara dan harus langsung orang yang bersangkutan.

Jika dibandingkan dengan kawasan Jabodetabek, ternyata pelayanan Go-jek di Kota Pekanbaru berbeda dalam hal jasa Go-med dan Go-busway saja. Pelayanan Go-med yang cukup banyak di bidang kesehatan dan perawatan tubuh yang bekerjasama dengan beberapa apotik dan badan-badan kesehatan lainnya ternyata belum begitu mendapatkan perhatian bagi warga masyarakat Kota Pekanbaru.

*“Informan mahasiswa, mengatakan bahwa selama saya bekerja dengan Gojek online, jenis pelayanan jasa yang sering dipesan adalah Go-ride dan Go-food. Layanan jasa Gojek lainnya hanya sekali-kali saja. Untuk layanan Go-food hampir semua umur memesannya, sama seperti halnya Go-ride. Menurut saya, karena pada umumnya konsumen warga Kota Pekanbaru yang sebagian besar pekerja, mulai dari kelas atas sampai kelas bawah pasti membutuhkan antar-jemput dan jasa makanan yang*

*beraneka ragam tersedia di Kota Pekanbaru”.*

Informasi ini jelas terbukti jika pada hari-hari besar misalnya Hari Raya Idul Fitri dan Tahun Baru, maka Kota Pekanbaru sepi penduduknya. Kebutuhan akan layanan antar jemput Go-ride ini juga dibarengi dengan kesibukan masyarakat dalam bekerja, sehingga memaksanya untuk memesan Go-food sebagai upaya untuk mendukung kegiatannya sehari-hari.

*“Menurut pengalaman saya bahwa jasa pelayanan Go-jek yang sering diminta oleh konsumen warga masyarakat Kota Pekanbaru selain Go-ride adalah Go-send, yaitu jasa untuk mengirimkan sesuatu berupa surat, barang atau dokumen ke alamat yang diminta. Selama ini, di Kota Pekanbaru tidak tersedia jasa pelayanan Go-send ini wilayah dalam Provinsi Riau menggunakan sarana transportasi darat atau jasa pengiriman travel maupun jasa pos. Oleh karena itu, warga masyarakat Kota Pekanbaru yang sibuk dalam 24 jam membutuhkan layanan jasa Go-send dari Gojek online”.*

Dari data yang diperoleh kedua informan tersebut dapat disimpulkan bahwa selain layanan jasa transportasi berupa Go-ride, maka layanan jasa yang juga menunjukkan paling banyak dipesan oleh konsumen warga masyarakat Kota Pekanbaru adalah jasa Go-food dan Go-send.

Bagaimana pula pendapat informan lainnya yang berbeda, secara rinci dapat dilihat kutipan wawancara berikut :

*“Informan pegawai negeri, mengungkapkan bahwa pengalaman saya menunjukkan jasa layanan yang dibutuhkan oleh pelanggan saya yang sebagian besar mengenal dan mengetahui saya seorang pegawai yang pekerjaan saya banyak berhubungan dengan tempat-tempat*

*hiburan dan wisata, maka selain jasa Go-ride jasa yang sering saya kerjakan adalah layanan Go-message, baik antar-jemput ke tempat message maupun antar-jemput tukang message ke rumah pelanggan”.*

Berdasarkan data yang disampaikan oleh informan berstatus pegawai negeri, dapat disimpulkan bahwa secara berturut-turut layanan jasa transportasi yang paling banyak dipesan oleh konsumen warga masyarakat Kota Pekanbaru adalah Go-ride, Go-food, Go-send dan Go-message. Kemudian baru jasa layanan lainnya yaitu Go-mart dan Go-shop.

## **2. Bentuk Persaingan antar Go-jek**

Bentuk-bentuk persaingan antar pengendara atau driver Gojek di Kota Pekanbaru dapat dilihat hasil wawancara informan sebagai berikut :

*“Informan Pengangguran, mengatakan bahwa sekarang para pelanggan sangat memilih kendaraan sepeda motor yang digunakan, karena belakangan ini banyak beredar sepeda motor yang dijamin aman dan nyaman jika ditumpangi serta irit bensin seperti honda beat, scoopy, honda vario atau yamaha Nymex. Masalah waktu sudah ditetapkan selama 1 jam dalam jarak radius 25 Km. Bagi si Gojek sedapat mungkin mempercepat waktunya agar pelanggan puas, tapi tergantung jenis kendaraannya sehat atau tidak.*  
“

Pendapat yang diketengahkan oleh informan berstatus pengangguran sebelum menjadi anggota Gojek, menyatakan bahwa persaingan yang dapat dilakukan oleh pengendara ojek untuk memperebutkan pelanggannya adalah dengan menyediakan sepeda motor yang irit bensin untuk

menghemat biaya operasional, dan menggunakan sepeda motor terbaru yang lebih besar, aman dan nyaman seperti honda vario atau yamaha nymex yang banyak disukai oleh pelanggan yang memanfaatkan jasa Go-ride. Pendapat berbeda dikemukakan oleh informan lainnya di bawah ini :

*“Informan karyawan, mengemukakan pendapat bahwa persaingan antar pengendara gojek online dalam memperebutkan konsumen atau pelanggan, adalah luasnya pergaulan dan relasi tukang ojek sebelumnya yang telah memiliki hubungan baik dengan para pelanggannya, sehingga dengan terjalannya kepercayaan antar mereka selama ini akan memperluas hubungan kerja dalam pelayanan jasa Gojek dan pada gilirannya akan semakin menambah penghasilan pengendara Gojek online yang bersangkutan”.*

Berdasarkan informasi diatas dapat disimpulkan bahwa dari kedua informan Gojek diperoleh gambaran bahwa bentuk persaingan yang terjadi antar pengendara Gojek online akan berlangsung dalam hal jenis kendaraan sepeda motor yang digunakan sedapat mungkin irit bensin, aman dan nyaman bagi konsumen serta memiliki hubungan atau relasi pergaulan yang sudah terbentuk saling percaya-mempercayai antar produsen dan konsumen, sehingga akan memberikan nilai tambah berupa penghasilan yang semakin besar bagi pengendara Gojek online.

Menurut informan lainnya bahwa bidang-bidang persaingan antar Gojek secara rinci dapat dilihat uraian kutipan berikut :

*“Informan Perempuan, menyatakan bahwa untuk bersaing dengan pengendara Gojek lainnya ya kita harus, pandai-pandai terutama untuk*

*menggaet calon penumpang yang tidak menggunakan aplikasi online. Hal ini disebabkan karena aplikasi online harus bagi hasil dengan pihak perusahaan (dipotong 20%) sedangkan tidak menggunakan aplikasi online akan menerima penuh hasilnya. “*

Sementara itu, menurut informan wirausaha bahwa :

*“Informan wirausaha, menyatakan bahwa bagi saya pribadi untuk bersaing dengan para Gojek lainnya adalah dengan menawarkan lebih banyak layanan jasa Gojek kepada konsumen atau pelanggan yang telah kita miliki, sehingga apabila konsumen butuh berbagai macam layanan jasa transportasi yang pernah disampaikan dengan berbagai macam kemudahan, maka pelanggan akan tetap menghubungi si driver yang semakin bertambah penghasilannya”.*

Pendapat yang agak sedikit berbeda disampaikan oleh informan mahasiswa,

*“Informan mahasiswa, menjelaskan bahwa untuk bersaing dengan para pengendara Gojek lainnya dalam memperebutkan pelanggan adalah dengan memberikan banyak kemudahan dalam urusan jasa pelayanan transportasi kepada pelanggan. Misalnya, pengalaman saya dipesan oleh pelanggan saya untuk menjemput anaknya pulang sekolah yang pada waktu itu tidak sempat dijemput orang tuanya. Saya hanya diberi ciri-ciri si anak dengan kemeja dan warna yang dipakai, maka dengan rasa tanggungjawab dan saling percaya antara saya dengan pelanggan, saya akhirnya menemukan anak tersebut dengan menghabiskan waktu lebih dari 1 jam dalam kota saja. Tapi, ternyata si pelanggan dalam berbagai urusannya selalu dipercayakan*

*kepada saya untuk mengurusnya dengan imbalan yang kadang-kadang jauh lebih besar dari biaya Gojek biasanya”.*

Berdasarkan pendapat dari ketiga informan terakhir maka dapat disimpulkan bahwa selain persaingan dalam bentuk ketersediaan kendaraan yang sehat, irit, aman dan nyaman bagi konsumen, ternyata melalui hubungan pergaulan atau relasi yang dimiliki pengendara Gojek juga sangat menentukan keberhasilan meraup pundi-pundi keuntungan, baik melalui aplikasi online atau tidak. Bahkan, upaya dari seorang tukang ojek untuk memupuk hubungan yang baik dengan pelanggan atau konsumen untuk bekerjasama dalam berbagai bidang jasa Gojek juga sangat menentukan bertambahnya penghasilan Gojek pada masa yang akan datang, terlebih lagi apabila para driver Gojek sanggup untuk memberikan berbagai kemudahan dalam segala urusan jasa pelayanan kepada pelanggan atau konsumen.

### **3. Hubungan Kontravensi antar Gojek Online**

Untuk mengetahui bagaimana bentuk hubungan kontravensi yang terjadi antar pengendara Gojek online di Kota Pekanbaru, dapat dilihat kutipan wawancara berikut :

*“Informan pegawai negeri, mengungkapkan bahwa pertentangan antar pengendara Gojek akan selalu terjadi dalam berbagai bidang yang dilakukan secara halus dan tersembunyi. Misalnya saja banyak driver Gojek yang mangkal dengan mengambil konsumen tanpa aplikasi online, padahal hal tersebut dilarang oleh pihak perusahaan Gojek Indonesia. Namun karena dilakukan diam-diam atau tersembunyi, maka hal tersebut terus berlangsung. Sedangkan pertentangan secara*

*halus sering dilakukan para driver Gojek untuk memperoleh simpati pelanggan dengan menjelek-jelekan pelayanan Gojek lainnya”.*

Mengambil penumpang secara manual (offline) menurut informan karena kasihan melihat pelanggan yang tidak dapat menggunakan aplikasi gojek, sebenarnya dari pihak perusahaan Gojek Indonesia tidak diperbolehkan secara manual (offline), akan tetapi terkadang karena ada penumpang yang tidak punya aplikasinya dan bertemu dengan pengendara Gojek nakal, maka terjadilah kasus demikian. Informan karyawan mengungkapkan alasannya menggunakan atau menerima orderan yang dilakukan secara manual :

*“Informan karyawan, menyatakan bahwa saya menerima orderan secara manual (offline) dikarenakan saya selaku driver merasa merugi atas kerjasama bagi hasil dengan manajemen perusahaan. Dahulu itu perkilo meter Rp. 4.000,- sedangkan sekarang harga perkilometranya hanya Rp. 2.500,-. Dulu dengan mengandalkan onlinesaja sudah bisa mendapatkan pendapatan yang lumayan banyak, dibandingkan sekarang yang harga perkilonya berkurang, tapi capeknya bertambah, kalau manual (offline) kan bisa sedikit-sedikit buat tambahan penghasilan”.*

Informan lainnya berbeda pendapat dengan informan sebagai berikut :

*“Informan wirausaha, menurut beliau bahwa pertentangan yang terjadi antar pengendara Gojek online biasanya mengarah pada upaya untuk memberikan informasi pengendara Gojek lainnya yang tidak benar atau kurang baik kepada pelanggan atau konsumen dengan cara mengatakan kurang aman dan nyaman”.*

Sebaliknya, menurut informan pengendara Gojek online berstatus perempuan berpendapat sebagai berikut :

*“Menurut informan perempuan, menyatakan bahwa pertentangan yang sering terjadi antar driver Gojek adalah berkaitan dengan pengendara perempuan yang selalu dilecehkan, kurang terampil, kurang aman dan nyaman. Bagi saya justru sebaliknya, saya selalu memberikan informasi sekaligus promosi kepada setiap pelanggan atau konsumen bahwa dengan menggunakan driver perempuan justru pelanggan akan merasa aman dan nyaman serta tidak khawatir akan resiko keselamatan penumpang”.*

Dari beberapa data dan informasi yang diperoleh melalui informan pengendara Gojek online, maka dapat disimpulkan bahwa hubungan pertentangan atau kontravensi yang terjadi antar pengendara Gojek berbasis aplikasi online di Kota Pekanbaru hanya berlangsung dalam hal upaya untuk menjelek-jelekan pihak lain atau pengendara Gojek lainnya dengan memberikan informasi yang kurang baik kepada pelanggan, seperti tuduhan kurang aman dan nyaman serta tidak terjamin keselamatan penumpang dan perilaku para driver Gojek yang nakal untuk mangkal di simpang atau perempatan jalan untuk mencari pelanggan atau konsumen secara manual (offline) tanpa menggunakan aplikasi yang telah ditetapkan perusahaan. Hal ini memang terus berlangsung, ditambah lagi dengan adanya pengurangan ketentuan harga bagi hasil per-kilometer yang semula Rp 4000,- berkurang menjadi Rp 2.500,-.

Dari hasil yang telah dikemukakan oleh beberapa driver gojek diatas, telah

diketahui bahwa pelaksanaan pemesanan ojek yang secara manual (offline) sebenarnya tidak diperbolehkan oleh perusahaan, namun pada kenyataannya masih terdapat driver yang menggunakan secara manual (offline), sehingga perlu analisa lebih lanjut untuk meluruskannya dan driver yang merasa dirugikan dengan kesepakatan yang telah dibuat PT. Gojek Indonesia dan disepakati oleh driver dengan jajaran manajemen perusahaan.

## **E. KESIMPULAN DAN SARAN**

### **1. Kesimpulan**

Kesimpulan dari hasil penelitian ini tentang persaingan antar pengendara Gojek online di Kota Pekanbaru adalah sebagai berikut :

- a. Jenis-jenis pelayanan jasa transportasi Gojek online di Kota Pekanbaru sudah berkembang, mulai dari pelayanan jasa Go-ride, Go-send, Go-mart, Go-shop dan Go-message, sementara layanan jasa Gojek lainnya seperti Go-bak, Go-med dan Go-busway belum berkembang sesuai dengan kebutuhan konsumen atau pelanggan warga masyarakat Kota Pekanbaru.
- b. Bentuk-bentuk persaingan yang terjadi antar pengendara Gojek di Kota Pekanbaru selain dalam bentuk ketersediaan kendaraan yang sehat, irit, aman dan nyaman bagi konsumen, memiliki hubungan pergaulan atau relasi yang baik juga sangat menentukan keberhasilan meraup pundi-pundi keuntungan, baik melalui aplikasi online atau tidak.
- c. Hubungan pertentangan atau kontravensi yang terjadi antar pengendara Gojek berbasis aplikasi online di Kota Pekanbaru hanya berlangsung dalam hal upaya untuk menjelek-jelekan pihak lain atau

pengendara Gojek lainnya dengan memberikan informasi yang kurang baik kepada pelanggan, seperti tuduhan kurang aman dan nyaman serta tidak terjamin keselamatan penumpang dan perilaku para driver Gojek yang nakal untuk mangkal di simpang atau perempatan jalan untuk mencari pelanggan atau konsumen secara manual (offline) tanpa menggunakan aplikasi yang telah ditetapkan perusahaan.

## 2. Saran-saran

- a. Jasa pelayanan transportasi Gojek online perlu kiranya disosialisasikan melalui berbagai macam media publik pihak-pihak pemangku kepentingan lain yang mempunyai mitra kerja dengan pihak manajemen perusahaan Gojek Indonesia, seperti rumah makan dan restoran, apotik dan lembaga kesehatan lainnya, perusahaan-perusahaan jasa transportasi lainnya.
- b. Persaingan yang terjadi antar pengendara Gojek online di Kota Pekanbaru masih sebatas persaingan sehat dan tidak mengarah pada hubungan konflik yang akan membawa dampak negatif baik bagi pengendara maupun bagi perusahaan Gojek itu sendiri. Untuk itu, perlu kiranya disarankan kepada pihak manajemen perusahaan untuk tetap berlaku tegas dan disiplin terhadap para driver Gojek nakal dengan memberikan sanksi hukum sesuai ketentuan hukum yang berlaku dalam perusahaan.
- c. Untuk menghindari adanya persaingan yang tidak sehat perlu membuat suatu forum untuk menyampaikan berbagai keluhan dan permasalahan dengan menggunakan aplikasi online juga agar bagi siapa pengendara Gojek yang nakal atau tidak profesional dalam bekerja akan semakin tersisih dan tertutup

peluangnya untuk berkembang dan mencari nafkah kelak di kemudian hari.

- d. Perlu melibatkan pihak pemerintah sebagai pihak ketiga yang dapat memberikan pandangan dan kebijakan yang tepatguna dan saling menguntungkan kedua belah pihak sesuai dengan kondisi perekonomian suatu wilayah agar tercipta hubungan kerja yang harmonis antara tukang ojek dengan pihak perusahaan Gojek Indonesia.

## DAFTAR PUSTAKA

- Buku Panduan, Gojek, Tanpa Tahun, Diterbitkan oleh PT. Gojek Indonesia, Jakarta.
- Bungin, M. Burhan. (2008). *Penelitian Kualitatif*. Penerbit, Kencana Prenada Media, Jakarta.
- Dahrendorf, Ralf. (1986). *Konflik dan Konflik dalam Masyarakat Industri: Sebuah Analisa Kritik*. Ali Mandan (Ed.). Jakarta: CV. Rajawali.
- Horton dan Hunt, 1994. *Sosiologi*, Jilid I Edisi keenam, Penerbit, Erlangga, Jakarta.
- J. Dwi Nawoko & Bagong Suyanto. (2007). *Sosiologi Teks Pengantar dan Terapan*. Jakarta: Kencana.
- Johnson, Doyle P. (1986). *Teori sosiologi klasik dan Modern*. Jakarta: Prenada Media.
- Lisan Tangki 2005, *Asas-Asas Umum Pemerintahan yang Baik*, Dalam Paulus Efendie Lotulung, Himpunan Makalah Asas-Asas Umum Pemerintahan yang Baik, Diterbitkan oleh, Citra Aditya Bakti, Bandung.
- Lisan Tangki 2005, *Asas-Asas Umum Pemerintahan yang Baik*, Dalam Paulus Efendie Lotulung, Himpunan Makalah Asas-Asas Umum Pemerintahan yang Baik,

- Diterbitkan oleh, Citra Aditya Bakti, Bandung.
- Malo, Manase, 1990. *Metode Penelitian Sosial*, Penerbit, Karunika, Jakarta.
- Moeleong, Lexy, J. 2001. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Penerbit, PT. Remadja Rosdakarya, Bandung.
- Poloma, Margaret, M, 1992. *Sosiologi Kontemporer*, Penerbit, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Ritzer, George, 1985. *Sosiologi : Ilmu Pengetuan Berparadigma Ganda*, Terjemahan, Alimandan, Penerbit, CV. Rajawali, Jakarta.
- Raho, SVD Bernard, 2007. *Teori Sosiologi Modern*, Penerbit, Pustaka Publisher, Jakarta.
- Ritzer G dan Goodman Dj. (2003). *Teori Sosiologi Modern*. Penerbit : Kencana, Jakarta.
- Setiadi, Elly. M dan Kolip, Usman. (2011). *Pengantar Sosiologi*. Penerbit : Kencana, Jakarta.
- Sanderson, Stephen, K. 1993. *Sosiologi Makro : Sebuah Pendekatan Realitas Sosial*, Penerbit, Haji Musagung, Jakarta.
- Soekanto, Soerjono, 2006. *Sosiologi Suatu Pengantar*, Penerbit, CV. Rajawali, Jakarta.
- Suparlan, parsudi, 1994. *Manajemen Pelayanan Masyarakat*, Edisi Ke-2, Penerbit, LAN, Jakarta.
- Undang-Undang Perlindungan Konsumen, No.8 Tahun 1999. Diterbitkan oleh Buwana Ilmu Populer, Kelompok Gramedia, Jakarta. Ndividu-individu masyarakat dalam Cakrawala Sejarah Sosiologi, Penerbit, Gramedia, Jakarta.
- Veeger, K.J. 1992. *Realitas Sosial : Refleksi filsafat Sosial atas hubungan individu-individu Masyarakat Dalam Cakrawala Sejarah Sosiologi*, Penerbit, Gramedia, Jakarta.
- Moenir., 1992., *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia.*, Penerbit, PT. Bumi Aksara., Jakarta.
- Ndraha Taliziduhu., 1997., *Budaya Organisasi.*, Penerbit, Rineka Cipta., Jakarta.
- Antaranews. 2016. Ojek “Online” Bantu Turunkan Pengangguran. [diunduh 2017 Januari 2]. <http://www.antaranews.com/berita/595232/ojek-online-bantu-turunkan-pengangguran>
- Azevedo F et al. 2015. *Social, Economic and Legal Consequences of Uber and Similar Transportation Network Companies (TNC’s)*. doi: 10.2861/022293. [diunduh 2016 Desember 12].
- BBC. 2015. Menhub Jonan „Batalkan“ Pelarangan Ojek Online?. [diunduh 2017 Januari 2]. [http://www.bbc.com/indonesia/berita\\_indonesia/2015/12/151218\\_indonesia\\_menhub\\_ojekoperasi](http://www.bbc.com/indonesia/berita_indonesia/2015/12/151218_indonesia_menhub_ojekoperasi)
- Kompas. 2015. Plus Minus Keberadaan Ojek Online. [diunduh 2017 Januari 2]. <http://megapolitan.kompas.com/read/2015/12/18/06400081/Plus.Minus.Keberadaan.Ojek.Online?page=1>
- Republika. 2016. Nadiem Makarim Pendiri dan CEO Gojek Indonesia: Membangkitkan Gairah Usaha Tukang Ojek. [diunduh 2017 Januari 2]. <http://www.republika.co.id/berita/koran/halaman1/16/03/16/o44e4715-nadiem-makarim-pendiri-dan-ceo-gojek-indonesiamembangkitkan-gairah-usaha-tukang-ojek-pekanbaru.go.id,2017>