

mirzarav artikel.pdf

by

Submission date: 26-May-2023 05:18PM (UTC+0700)

Submission ID: 2102366208

File name: mirzarav artikel.pdf (645.9K)

Word count: 5204

Character count: 33758



PENGHASILAN DRIVER GO-JEK FOOD DAN GRAB FOOD SETELAH ADANYA KOMPETITOR SEPERTI SHOPEE FOOD DI WILAYAH SURABAYA

Muchammad Mirza Ravizikka¹⁾, Nurasiq^{*2)}

3

¹⁾Program Studi Akuntansi, Fakultas Bisnis, Hukum, dan Ilmu Sosial, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

²⁾Dosen Fakultas Bisnis, Hukum, dan Ilmu Sosial, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

*Email Penulis Korespondensi: nurasiq@umsida.ac.id

Abstract. the purpose of this research is to determine how the income of Go-jek Food and Grab Food drivers after There are competitors such as shopeefood in Surabaya Based on the problem formulation, the method used is qualitative. This type of research is a phenomenology. The data was collected by means of survey techniques, interviews, documentation. This study uses primary data in the form of interviews. Interviews were conducted with 6 respondents, consisting of 3 Go-Jek Food drivers and 3 Grab Food drivers namely Asad Helmi, Nico Putra & Yanto and 3 Grabfood Drivers. Namely Novy Saputra, Arya Maulana and Slamet Riyadi The result showed that the income of Go-jekfood and Grabfood Drivers when there was shopeefood decreased by 25%-40% compared to before there was Shopee food Factors that's affect high and low income apart from the existence of shopeefood include : the number of orders receive by drivers, the distance, working hours of drivers and bonus points earned by drivers

Keywords: *Income; Gojekfood ;Grabfood ;Shopeefood*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan bagaimana penghasilan pengemudi Go-Jek Food dan Grab Food Setelah Adanya Kompetitor seperti Shopee food di wilayah Surabaya Berdasarkan rumusan masalah yang ada, metode yang digunakan ialah kualitatif, jenis penelitian ini adalah fenomenologi, teknik pengumpulan data dilakukan dengan survey, wawancara, dan dokumentasi, jenis data yang digunakan adalah data primer yang berupa hasil wawancara dilakukan kepada 6 informan kunci yang terdiri dari 3 Driver Go-jek Food dan 3 Driver Grabfood. yang terdiri dari 3 Driver Go-jek Food yaitu Asad Helmi, Nico Putra & Yanto dan 3 Driver Grabfood. Yaitu Novy saputra, Arya Maulana dan Slamet Riyadi Hasil penelitian menunjukkan bahwa penghasilan driver gojek food dan Grabfood t adanya shopeefood mengalami penurunan sebanyak 25%-40% dibanding sebelum adanya shopeefood. faktor yang mempengaruhi tingginya penghasilan selain adanya shopeefood antara lain : jumlah pesanan yang di dapatkan driver, jarak yang di tempuh, jam kerja driver dan bonus point yang didapatkan driver

Kata Kunci : *penghasilan; Gojekfood ;Grabfood ;Shopeefood*

I. PENDAHULUAN

Kemajuan perindustrian di Indonesia sudah bisa dikatakan mulai mengikuti negara maju, dimana revolusi industri di Indonesia sudah memasuki revolusi industri 4.0. revolusi industri 4.0 ini berfokuskan di dunia teknologi sehingga seluruh kebutuhan mampu dengan mudah diakses seluruh orang dimana saja dan kapan saja. mulai dari mendekatkan orang yang jaraknya jauh, dan memudahkan seseorang mencari informasi. kemajuan teknologi juga berdampak pada sektor transportasi, kemajuan dari sektor transportasi bisa kita lihat dengan munculnya transportasi online. Perkembangan transportasi online yang banyak digunakan ialah Go-jek dan Grab

Go-jek merupakan sebuah perusahaan yang didirikan oleh Nadiem Makarim salah satu pelopor transportasi online di Indonesia dengan adanya gojek mampu membuka lebar-lebar lapangan pekerjaan tercatat hingga kini terdapat dua (2) juta mitra pengemudi dan 900 ribu mitra merchant (partner usaha dan restoran) yang tersebar angka tersebut bukanlah angka yang sedikit dan di usianya yang menginjak 10 tahun jumlah mitra yang mendaftar semakin meningkat setiap tahunnya. Terlebih lagi Go-jek memiliki uang elektronik atau dompet digital sendiri yang bernama Go-pay. yang tentunya telah disetujui dan diawasi oleh OJK (otoritas Jasa Keuangan) dan tentunya kini Go-Jek telah

tersedia di beberapa Negara seperti Vietnam, Thailand, Singapura, Filipina, Malaysia Begitu pula dengan Grab. Tan Hooi Ling dan Anthony Tan ialah pendiri perusahaan Grab

Grab merupakan salah satu pelopor transportasi di Malaysia yang didirikan 9(sembilan) tahun lalu atau sekitar tahun 2012 kini Grab telah tersedia di enam Negara di Asia Tenggara yakni Malaysia, Indonesia, Filipina, Thailand, Singapura dan Vietnam. Grab juga telah membuka lapangan pekerjaan bagi perekonomian Indonesia setidaknya telah lebih dari 5 juta mitra yang tersebar di 500 kota di Indonesia Namun dengan adanya sebuah musibah yaitu datangnya virus Covid-19 mengakibatkan ketidakseimbangan system ekonomi di Indonesia tentunya berimbas kepada driver ojek online. Virus Covid-19 membuat perbedaan pendapatan yang cukup signifikan bagi para driver sebagai contoh anak-anak sekolah yang biasanya menggunakan transportasi online/ojek online sekarang mereka daring/ (atau) sekolah dari rumah dan para pekerja yang biasanya tidak ingin membawa kendaraan ketika berangkat ke kantor untuk menghindari kemacetan kini mereka sebagian wfh ((work From home). secara tidak langsung berimbas kepada driver. Tentunya driver berfikir setelah mengalami penurunan pendapatan yang cukup signifikan dari pengaruh adanya virus Covid-19 ini. Satu satunya jalan yang dapat diambil adalah dengan mengambil orderan food, atau yang lebih dikenal dengan Gofood jika Grab adalah Grabfood. Karena pengaruh dari Covid-19 ini maka para driver lebih cenderung untuk mengambil orderan food agar tetap memiliki penghasilan. Namun dengan seiring perkembangan jaman munculah kompetitor dari Ojek online tersebut dan kita ambil contoh Shoppeefood ShopeeFOOD berawal dari sebuah market place yang bernama Shopee. dimana semua orang bisa membeli dan menjual barang yang mereka butuhkan atau yang sering disebut dengan marketplace consumer to consumer,

Pada tahun 2017 tercatat telah lebih dari 80 juta unduhan di Playstore dengan lebih dari 4 juta penjual dan 180 juta produk aktif. pada April tahun 2020, Shopee Indonesia telah mempromosikan penjualan makanan cepat saji di dalam platform shopee yang diberi nama ShopeeFood ini telah merekrut lebih dari 500 penjual makanan di wilayah Jakarta.

Tentunya ini akan menjadi salah satu ancaman yang cukup signifikan bagi driver GoFood dan GrabFood karena seperti yang kita tahu shopee sebagai marketplace memberikan penawaran yang menarik seperti gratis ongkir dan potongan diskon, tentunya untuk menaikkan nama Shopee food CEO Shopee Chris Feng akan memberikan diskon besar besaran terutama disaat merayakan fashion sale setiap bulannya yang diperingati setiap tanggal bulan tersebut, semisal tanggal 1 Januari, 2 Februari dan seterusnya hingga 12 Desember atau yang lebih dikenal shopee 12.12 sale.

Berdasarkan penjelasan tersebut diatas maka penelitian ini penulis mengambil judul "**PENGHASILAN DRIVER GO-JEK FOOD DAN GRAB FOOD SETELAH ADANYA KOMPETITOR SEPERTI SHOPEE FOOD DI WILAYAH SURABAYA**".

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis dapat menetapkan rumusan masalahnya ialah bagaimana penghasilan driver Go-Jek Food dan Grab Food Setelah Adanya Kompetitor seperti Shopee food di wilayah Surabaya

II. METODE

Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian Kualitatif dengan metode yang digunakan yaitu fenomenologi Studi fenomenologi yaitu jenis penelitian yang memperinci pemahaman dan penjelasan individu tentang pengalamannya. Penelitian fenomenologi memiliki tujuan yaitu memberikan gambaran dan menjelaskan pengalaman-pengalaman yang dialami oleh seseorang di kehidupan ini.

Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di wilayah Surabaya, peneliti melakukan di wilayah Surabaya dikarenakan wilayah Surabaya sudah mulai banyak pengguna shopeefood dibandingkan dengan wilayah lain seperti Sidoarjo dan Gresik

Teknik Penentuan Informan

Dalam penelitian ini kriteria pemilihan informan peneliti menyesuaikan dengan tujuan penelitian driver Go-jek dan Grab yang khusus mengambil order food sebelum dan saat adanya kompetitor seperti Shoppeefood di

wilayah Surabaya Untuk mendukung tercapainya tujuan dari penelitian ini maka diperlukan adanya informan peneliti sebagai narasumber bagi peneliti guna memperoleh informasi dan data secara valid.

Jenis dan Sumber Data

a. Jenis Data

Jenis data yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini ialah data kualitatif. Dalam penelitian ini data yang disajikan tidak dalam bentuk angka atau melalui prosedur statistik, melainkan dalam bentuk deskriptif

b. Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer dalam penelitian ini diperoleh data dengan melakukan observasi dan wawancara secara langsung dengan driver Go-jek Food dan Grab Food dan data sekunder dalam penelitian ini memperoleh data melalui buku – buku , artikel, jurnal yang didapatkan dari situs website

Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data menjelaskan mengenai bagaimana pengambilan data penelitian. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah :

- Metode wawancara yaitu suatu proses pengumpulan data dengan cara melakukan komunikasi diantara kedua belah pihak dengan saling melakukan tanya jawab sebagai tujuan untuk memperoleh data dan informasi terkait suatu permasalahan yang diteliti Dalam penelitian ini peneliti melakukan wawancara secara lisan kepada 3 driver Gojek dan 3 driver Grab yang berperan sebagai informan kunci atau pihak yang berkaitan langsung dengan objek penelitian yakni dikhususkan yang hanya mengambil orderan food sesudah adanya kompetitor shopeefood.
- Metode Observasi adalah upaya yang dilakukan untuk mengumpulkan data – data dengan cara mengamati secara langsung pada objek penelitian. Dalam penelitian ini objek yang diamati adalah penghasilan driver Go-jek food dan Grab Food.
- Metode dokumentasi adalah suatu cara yang dilakukan untuk mendapatkan data dan informasi berupa tulisan ataupun gambar dalam penelitian ini dokumentasi dengan mengumpulkan bukti wawancara seperti foto pada saat wawancara dan skrip percakapan bersama narasumber

Uji Keabsahan data

- Triangulasi Sumber adalah proses uji keabsahan data dengan cara mengonfirmasi data penelitian yang sudah diperoleh pada sumber. Cara yang dilakukan adalah dengan mengonfirmasi atau mewawancarai sumber atau pihak yang berbeda dengan sumber atau pihak yang pertama kali data memberikan data
- Triangulasi metode adalah proses uji keabsahan data dengan cara mengonfirmasi data penelitian yang sudah diperoleh dengan metode yang berbeda
- Triangulasi waktu adalah proses uji keabsahan data dengan cara mengonfirmasi data yang sudah diperoleh pada waktu yang berbeda.

Teknik Analisis

Analisis data dengan menggunakan model kualitatif pada penelitian ini dilakukan saat tahapan proses pengumpulan data dilapangan berlangsung. Adapun tahapan dalam analisis data pada model analisis data kualitatif yang digunakan oleh peneliti, yaitu sebagai berikut

- Pengumpulan Data Proses pengumpulan data ini sesuai dengan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan langkah observasi, wawancara, dan dokumentasi
- Reduksi Data (Data Reduction) Data reduction atau reduksi data merupakan suatu proses teknik analisi data yang dilakukan dengan cara meringkas, mengelompokkan, serta memilah – milah data yang tidak diperlukan atau data yang dirasa kurang spesifik terhadap kaitannya dengan rumusan permasalahan yang akan diteliti.
- Penyajian Data (Data Display) Penyajian data pada penelitian kualitatif dapat dilakukan dalam bentuk teks naratif, berupa table, diagram, ataupun bagan. Data yang ditampilkan merupakan hasil reduksi data yang diambil dari petikan – petikan wawancara yang kemudian disajikan secara terstruktur dan salingberkaitan sehingga dapat dengan mudah dipahaminya untuk mengambil kesimpulan
- Kesimpulan adalah tahap akhir dari teknik analisis data kualitatif. Pada tahap ini peneliti akan mengambil kesimpulan dengan menyampaikan hasil penelitian dari data yang sudah di dapatkan. Simpulan pada tahap ini bertujuan untuk memaparkan hasil penelitian secara keseluruhan dan dihubungkan secara logis dan teoritis sehingga menghasilkan jawaban terkait rumusan masalah, tujuan penelitian, danfokus peneliti

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

PROFIL PT GOJEK DAN PROFIL PT GRAB

a. Profil PT Gojek

PT. Gojek Indonesia lahir pada tahun 2010 di Jakarta yang merupakan sebuah karya anak bangsa. Pada awal perusahaan berdiri dengan niat baik yaitu memberikan solusi untuk memudahkan kehidupan sehari-hari di tengah kemacetan perkotaan. Saat itu seorang pemuda kreatif bernama Nadiem Makarim memiliki ide untuk membuat bisnis transportasi ojek yang ia sering menggunakan jasa ojek. Karena kebiasaannya tersebut, Nadiem Makarim memiliki ide untuk dapat menciptakan sarana agar jasa transportasi ojek lebih efisien juga efektif. Perusahaan ini bekerja dengan menghubungkan ojek dengan penumpang, dimana sebelumnya tukang ojek lebih banyak menghabiskan waktu di pangkalan menunggu penumpang. Go-Jek awalnya hanya menerima pesanan melalui telepon dan hanya menerima pesanan ojek di wilayah Jakarta. Namun, Go-Jek mulai bekerja mengembangkan dan membuat aplikasi Go-Jek dengan sistem yang terorganisir dengan baik pada tahun 2015. Dengan aplikasi ini, pengguna ojek dapat dengan mudah memesan ojek secara online, membayar secara kredit dan mengetahui keberadaan pengemudi yang akan menjemput para pemesan. Go-Jek bermitra dengan pengemudi ojek menggunakan sistem bagi hasil dengan ketentuan 20/80, yang berarti 20% dari pendapatan yang diterima untuk perusahaan dan 80% untuk pengemudi Go-Jek. Untuk memastikan bahwa konsumen puas dengan layanan yang mereka terima, Go-Jek juga melatih mitra pengemudinya. Melalui Aplikasi Go-Jek, yang dapat diunduh dari Play Store atau App Store, Go-Jek dapat dipesan. Dalam sebulan setelah debut awalnya, aplikasi ini telah mengumpulkan 150.000 unduhan dan peringkat bintang 4,4 dari 5. Ada dua opsi pembayaran: tunai atau Kredit Go-Jek atau Go-Pay. Go-Pay, opsi pembayaran tanpa uang tunai yang ditawarkan oleh GoJek, dapat digunakan untuk membayar semua layanan. Go-Jek awalnya hanya menawarkan empat layanan berbeda: layanan kurir (pengiriman ke lokasi mana pun di kota dalam 90 menit), layanan transportasi (harga transparan, masker gratis dan topi mandi), layanan pengiriman makanan (pengiriman makanan favorit Anda dalam waktu kurang dari 60 menit di Jabodetabek) GoJek terus berkembang dengan memperkenalkan teknologi baru di samping item layanan yang ada. Saat ini, enam belas layanan, termasuk GoRide, GoCar, GoFood, GoMart, GoSend, GoBox, Go-Tilang, GoMed, GoMassage, GoClean, GoAuto, GoGlam, GoBills, GoPulsa, GoPay, dan GoPoint, dapat diperoleh melalui aplikasi Go-Jek. Selain itu, fitur Go-Pay, Go-Bills, Go-Point, dan Go-Pulsa tersedia di aplikasi Go-Jek. Pada Maret 2018 ini, Go-Jek memiliki mitra dengan lebih dari 250.000 driver ojek yang telah tersebar di 50 kota di seluruh Indonesia, di antaranya Banda Aceh, Bali, Balikpapan, Bandar Lampung, Gresik, Banyuwangi, Banjarmasin, Cirebon, Batam, Belitung, Bukittinggi, Cilacap, Manado, Garut, Pekalongan, Jakarta, Jambi, Jember, Karawang, Kediri, Madiun, Madura, Magelang, Makassar, Malang, Manado, Mataram, Medan, Mojokerto, Padang, Palembang, Pasuruan, Surabaya, Pekanbaru, Pematang Siantar, Pontianak, Probolinggo, Purwakarta, Purwokerto, Salatiga, Samarinda, Semarang, Serang, Sidoarjo, Solo, Sukabumi, Yogyakarta, Sumedang, Tasikmalaya, Tegal, dan Yogyakarta. Aplikasi GoJek telah di download lebih dari 11.000.000 kali di Play Store di sistem Android dan App Store di perangkat IOS.

b. Visi dan misi PT. Gojek Indonesia

Berkontribusi pada peningkatan infrastruktur transportasi Indonesia. memberikan kemudahan kepada masyarakat untuk tugas sehari-hari seperti pengiriman dokumen dan belanja kurir, serta memberikan dampak positif bagi kesejahteraan masa depan pengemudi ojek Indonesia. Untuk dapat mewujudkannya, PT. Gojek Indonesia memiliki misi:

1. Menjadi referensi pelaksanaan kepatuhan dan tata kelola struktur transportasi yang baik yang menggunakan kemajuan teknologi.
2. Meningkatkan kepedulian dan tanggung jawab terhadap lingkungan dan sosial.
3. Memberikan layanan prima dan solusi yang bernilai kepada pelanggan.
4. Membuka lapangan kerja selebar-lebarnya bagi masyarakat Indonesia.

a. Profil PT Grab

Grab adalah bisnis teknologi Malaysia dengan kantor pusat Singapura yang menawarkan aplikasi untuk layanan transportasi umum, taksi, dan kendaraan bermotor roda 2 dan 4. Mobil tersebut dimiliki oleh mitra yang telah bergabung dengan PT Grab Indonesia, dan perusahaan Grab hanyalah perusahaan teknologi

yang menerbitkan aplikasi tersebut. Pelanggan semakin membutuhkan transportasi sebagai kebutuhan dasar. ketika Anda ingin melewati obstruksi. Ketika orang masih membutuhkan transportasi mewah tetapi terlalu malas untuk mengendarai mobil mereka sendiri, perkembangan teknologi yang cepat dapat membantu mereka. Mobil mewah bisa disebut hanya dengan ketukan layar smartphone. Bahkan, meningkatnya masuknya teknologi ke sektor transportasi telah menjadi fenomena. Grab yang sebelumnya dikenal sebagai GrabTaxi, menawarkan aplikasi untuk penyedia transportasi dan hadir di enam negara Asia Tenggara: Malaysia, Singapura, Thailand, Vietnam, Indonesia, dan Filipina. Untuk memberikan keamanan dan kenyamanan bagi pengemudi di Asia Tenggara, Grab memiliki misi untuk sepenuhnya mengubah bisnis taksi di kawasan ini. Layanan pemesanan kendaraan terbaik di Asia Tenggara disebut Grab. Kami menangani masalah transportasi yang signifikan dan membiarkan 620 juta orang Asia Tenggara menikmati kebebasan transit. Pada tahun 2012, Grab meluncurkan aplikasi untuk memanggil taksi, dan sejak itu, Grab telah memperluas platform produknya untuk menawarkan pemesanan untuk mobil sewaan dan ojek. Layanan Grab ditujukan untuk memberikan alternatif. Berkendara dengan fokus pada kecepatan, keamanan, dan kepastian bagi pengemudi dan penumpang. Grab kini sedang menguji sejumlah layanan baru, termasuk carpooling dan pengiriman makanan, sebagai bagian dari budaya inventifnya. Kita tidak perlu menunggu lama untuk menerima transportasi penting karena calon penumpang dapat dengan cepat mencari di sungai menggunakan aplikasi Grab untuk pergi ke tujuan. Anthony Tan dan mitra bisnisnya Tan Hooi mendirikan Grab, yang didirikan di Malaysia pada tahun 2011. Grab telah berkembang pesat sejak tahun 2011 dan saat ini merupakan salah satu pemasok aplikasi transportasi online terkemuka di Indonesia.

Dalam waktu kurang dari setahun, beragam layanan berbasis aplikasi dikembangkan dengan beragam fitur unik. Ini telah berhasil berkembang dari menyediakan layanan transportasi penumpang untuk menyediakan pengiriman produk serta membeli dan mengirimkan makanan. Bahkan, Grab secara konsisten mengubah citra dan memperbarui logonya dengan alasan langsung bahwa itu melambangkan semua fitur layanan untuk mempertahankan keberadaannya. Layanan Grabtaxi yang dulu dikenal berubah nama menjadi hanya "Grab." Nama baru ini juga mencerminkan berbagai layanan yang ditawarkan kepada pelanggan. Dengan bantuan para mitra, Grab berkembang di Indonesia dengan merangkul gagasan pembagian ekonomi. Secara teori, Grab akan berkembang seiring dengan mitra pengemudinya. Hingga Maret 2015, terdapat 3,8 juta pengguna aktif Grab. Sistem operasi seluler Android, iOS, dan BlackBerry semuanya mendukung Grab. Tanpa kerja sama dan kerja tim, bisnis akan datang secara alami. Di lima kota besar di Indonesia, termasuk Jakarta, Denpasar, Surabaya, Bandung, dan Padang, Grab adalah kebutuhan pokok transportasi yang berkembang pesat. Secara alami, kesuksesan ini akan segera menyebar ke kota-kota penting lainnya. Jangkauan Grab juga mulai tumbuh di negara-negara Asia Tenggara. Grab memiliki lebih dari 300.000 mitra pada saat yang tepat.

Di Indonesia, grab mengalami perubahan sebenarnya bertahap. dimulai dengan nama seperti Grabtaxi, kemudian mengganti nama menjadi logo. Kehidupan sehari-hari bertahap. Sebelumnya dikenal dengan layanan Grabtaxi kami, kami sekarang menawarkan layanan yang lebih luas, membuat kami lebih komprehensif. Orang-orang memandang transportasi internet sebagai kebutuhan, yang memotivasi kami untuk mengembangkan berbagai layanan. Perkembangan telah dipercepat sebagai hasilnya. Sejak pertengahan 2015, Grabcar dan GrabBike telah meningkat di Indonesia lebih dari 250 kali lipat. Saat ini, sebagian besar dari keseluruhan bisnis Grab, yang juga mencakup pemesanan taksi dan layanan kurir, adalah penyewaan mobil pribadi dan layanan ojek online. Pertumbuhan yang kuat dan efisiensi yang sangat besar telah dimungkinkan oleh teknologi machine learning mutakhir Grab dan keterampilan analisis data sepanjang waktu. Sebagai contoh, pada 2016, layanan GrabBike di Indonesia telah tumbuh 300 persen (year to date), sambil melakukan pengurangan subsidi pada tiap perjalanan yang diselesaikan sebesar 50 persen, dimana hal ini menunjukkan tingginya keterlibatan dan keterlekatan pengguna pada platform multi-layanan Grab. dari 1 dari 4 pengguna aktif bulanan Grab di Indonesia menggunakan lebih dari satu layanan Grab

Dalam hal total perjalanan yang dilakukan di semua platform, Indonesia telah melampaui Amerika Serikat sebagai pasar terbesar Grab. Dengan lebih dari 30 juta penduduk, Jakarta adalah tempat Grab memfokuskan sebagian besar perhatiannya. Di sini, Grab menawarkan pemesanan ojek, penyewaan mobil pribadi, dan taksi online. Dengan populasi 38 juta, Grab juga bermaksud untuk menambah lebih dari delapan kota besar di luar Jakarta ke platform multi-layannya. Dengan populasi lebih dari 200 juta, Indonesia adalah negara terpadat keempat di dunia. 250 juta adalah dar. Dengan unduhan di lebih dari 17 juta smartphone dan 320.000 mitra pengemudi di 30 kota yang mencakup Singapura, Indonesia, Filipina, Malaysia, Thailand, dan Vietnam, Grab menyediakan layanan pemesanan kendaraan terluas di sebagian besar pasar Asia Tenggara.

b. Visi 5n Misi PT Grab

Menjadi yang terdepan di asia tenggara dengan memecakan permasalahan transportasi yang ada serta member kemudahan mobilitas kepada 620 juta orang di asia tenggara setiap harinya dan memiliki misi yaitu

1. Membuat Platform transportasi paling aman
2. Membuat semua orang dapat mengakses pelayanan transportasi yang baik
3. Meningkatkan taraf hidup mitra grab

Hasil Wawancara

1. Jumlah pesanan Driver Gojek Food dan Grab Food sebelum dan sesudah ada shopeefood
 - a. Driver Gojek Food ke 1 perhari dapat menyelesaikan 9-10 orderan setelah adanya shopeefood hanya mendapatkan 6-7 orderan
 - b. Driver Gojek Food ke 2 perhari dapat menyelesaikan 12-13 orderan setelah adanya shopeefood rata rata mendapatkan 9 orderan
 - c. Driver Gojek Food ke 3 per hari dapat menyelesaikan 14 orderan setelah adanya shopeefood hanya mendapatkan 9-10 orderan
 - d. Driver GrabFood ke 1 perhari dapat menyelesaikan 12 orderan setelah adanya shopeefood hanya mendapatkan 8-9 orderan
 - e. Driver GrabFood ke 2 perhari dapat menyelesaikan 9 orderan setelah adanya shopeefood rata rata mendapatkan 7orderan
 - f. Driver GrabFood ke 3 per hari dapat menyelesaikan 17-18 orderan setelah adanya shopeefood hanya mendapatkan 11 orderan
2. Jumlah jam kerja Driver Gojek Food dan Grab Food dalam satu hari
 - a. Driver Gojek food Ke 1 bekerja selama 8 jam
 - b. Driver Gojek food ke 2 Bekerja selama 9-10 jam
 - c. Driver Gojek Food Ke 3 Bekerja selama rata rata 10 jam dan tergantung cuaca
 - d. Driver Grabfood ke 1 rata rata bekerja selama 8 jam per hari
 - e. Driver GrabFood ke 2 juga rata rata 7-8 jam per hari
 - f. Driver Grabfood ke 3 bekerja selama 12 jam lebih per hari
3. Rata Rata Jarak yang ditempuh untuk mengantar pesanan Driver Gojekfood dan Grabfood
 - a. Driver Gojek Food ke 1 mengantar pesanan sekitar 5-10 KM
 - b. Driver Gojek Food ke 2 mengantar pesanan kebanyakan diatas 5 KM tapi tidak jarang juga mendapatkan pesanan dibawah 5 KM
 - c. Driver Gojek ke 3 mengantar pesanan kebanyakan diatas 5KM
 - d. Driver Grabfood Ke 1 Mengantar pesanan diataas 5KM
 - e. Driver Grab Food ke 2 juga mengantar pesanan diatas 5km
 - f. Driver Grabfood Ke 3 mendapatkan pesanan rata rata 1-5KM
4. Rata rata Poin/berlian yang didapatkan per hari sebelum dan sesudah ada shopeefood
 - a. Driver Gojek Food 1 mendapatkan point 1.350-1.500 setelah ada shopeefood mendapatkan 900-1.050 point
 - b. Driver Gojek Food ke 2 mendapatkan 1.800 point setelah adanya shopeefood menjadi sekitar 1.350
 - c. Driver Gojek Food ke 3 mendapatkan 2.100 point namun setelah adanya shopeefood menjadi 1.500
 - d. Driver GrabFood 1mendapatkan sekitar 168 berlian setelah ada shopeefood mendapatkan 126 Berlian
 - e. Driver GrabFood ke 2mendapatkan 126 berliansetelah adanya shopeefood menjadi sekitar 98 Berlian
 - f. Driver GrabFood ke 3 mendapatkan 252 berlian namun setelah adanya shopeefood menjadi 198 berlian
5. Rata rata pendapatan yang didapatkan sebelum dan sesudah adanya shopeefood
 - a. Pendapatan Driver Gojek Ke 1 rata rata mendapat Rp 140.000-Rp150.000 per hari setelah ada shopeefood menjadi Rp 100.000-Rp.110.000 per hari
 - b. Pendapatan Driver Gojek Ke 2 mendapat diatasRp150.000 per hari setelah ada shopeefood menjadi Rp 100.000-Rp.110.000 per hari
 - c. Pendapatan Driver Gojek Ke 3 rata rata mendapat Rp 170.000 per hari setelah ada shopeefood menjadi Rp 125.000 per hari
 - d. Pendapatan Driver Grabfood ke 1 sehari mendapatkan Rp.160.000 setelah adanya shopeefood adalah

- e. Pendapatan Driver Grabfood ke 2 Sehari mendapatkan Rp 115.000 lalu ketika adanya shopeefood sehari hanya mendapatkan Rp 75.000-Rp80.000
 - f. Pendapatan driver Grabfood ke 3 masih diatas 1Rp 150.000 ditambah bonus Rp 120.00 jadi masih mendapatkan diatas Rp 270.000 sedangkan setelah adanya shopeefood hanya mendapatkan Rp 100.000
6. .Apa yang mendukung besar kecilnya pendapatan para Driver?
- a. Menurut Driver Gojek Ke 1 adalah jam kerja menurutnya jika menambah jam kerja akan menambah pendapatan
 - b. Menurut driver Gojek ke 2 dilihat dari seberapa banyak menolak atau cancel orderan maka semakin sedikit orderan yang didapat
 - c. Jika menurut driver gojek ke 3 tidak pilih pilih orderan agar mendapatkan orderan yang banyak
 - d. Menurut Driver Grabfood ke 1 Bergantung pada jarak semakin jauh jaraknya semakin banyak waktu yang digunakan untuk mengantar pesanan
 - e. Menurut Driver Grabfood ke 2 kecepatan Resto memasak biasanya memasak ada yang lebih dari 30 menit
 - f. Menurut Driver Grabfood ke 3 memahami keadan sekitar dan memahami wilayah yang banyak orderan
7. Apakah Kehadiran Shopeefood ini cukup berpengaruh dalam penghasilan yang di dapatkan Driver?
- a. Menurut Driver Gojekfood Ke 1 menjawab berpengaruh karena jumlah orderan menurun
 - b. Menurut Driver Gojekfood ke 2 juga menjawab berpengaruh karena semakin banyak media untuk memesan makanan
 - c. Begitu pula dengan Driver Gojekfood ke 3 jumlah orderan yang menurun menyebabkan kesulitan mendapatkan bonus
 - d. Menurut Driver Grabfood Ke 1 menjawab berpengaruh karena kopetitor seperti Shopeefood menyediakan banyak promo
 - e. Menurut Driver Grabood ke 2 juga menjawab berpengaruh karena di jaman ekonomi sulit jadi customer memilih aplikasi yang banyak promonya
 - f. Begitu pula dengan Driver Grabfood ke 3 jumlah orderan yang cenderung menurun
8. Apakah strategi yang di terapkan para driver agar mendapatkan pendapatan yang maksimal saat ada shopeefood?
- a. Strategi Driver Gojekfood ke 1 adalah dengan menambah jam kerja dan selalu menerima orderan yang masuk
 - b. Driver Gojekfood ke 2 memiliki strategi mencoba berangkat lebih pagi
 - c. Sedangkan Gojek Food ke 3 memiliki strategi menyusuri jalan pelan pelan jika 30-45 menit tidak berbunyi
 - d. Strategi Driver Grabfood ke 1 adalah tidak memilih orderan yang masuk
 - e. Driver Gojekfood ke 2 memiliki strategi mencari restoran yang berpotensi ramai pada jam kerja
 - f. Sedangkan Gojek Food ke 3 memiliki strategi memahami daerah daerah yang berpotensi memiliki banyak orderan

Pembahasan

1. Jumlah pesanan pengemudi GoJek Food Dan Grab Food sebelum dan sesudah adanya shopeefood?

Berdasarkan jawaban dari ke 6 narasumber yang telah peneliti wawancarai pada saat sebelum adanya shopeefood jumlah pesanan yang didapatkan lebih banyak rata rata diatas 10 orderan namun setelah adanya shopeefood jumlah orderan menurun dan rata rata dibawah 10. .

2. Berapa jam biasanya Anda bekerja dalam 1 hari ?

Dari Penjelasan narasumber diatas lama bekerja driver rata rata 8-9 jam tergantung dengan kebutuhan masing masing driver namun waktu tersebut masih bisa digunakan secara fleksibel

3. Berapa rata-rata jarak yang biasanya ditempuh untuk mengantar pesanan ?

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan peneliti rata rata jarak yang didapatkan para driver adalah masih diatas 5KM namun kembali lagi itu pengaruh performa dan riwayat yang dilakukan para driver itu yang membuat pihak aplikator lebih memilih.

4. Berapa rata-rata poin/berlian yang Anda dapat perharinya ?

Menurut hasil wawancara yang dilakukan peneliti perhari sebelum adanya shopeefood untuk Gojekfood masih diatas 1350 bahkan ada yang masih mampu mendapatkan bonus dengan peraihan poin 2.100 Setelah adanya shopeefood hanya mampu paling banyak 1500 poin sedangkan driver grab masih diatas 168 berlian per harinya dan juga masih ada segelintir orang yang mendapatkan bonus dengan meraih 252 berlian namun ketika adanya shopeefood tertinggi dari hasil wawancara peneliti adalah 198 berlian ini menandakan jika adanya shopeefood juga berpengaruh karena berkurangnya orderan membuat para driver kesulitan untuk mendapatkan point dan berlian yang berakibat sulit untuk mendapatkan bonus..

5. Berapa rata-rata pendapatan Anda sebagai driver ?

Rata rata pendapatan yang didapatkan Driver Gojekfood dari wawancara yang peneliti lakukan adalah sebelum adanya shopeefood masih di range antara Rp.140.000- Rp.170.000 dan masih adayang bisa mendapatkan bonus yaitu driver gojek ke 3 namun ketika adanya shopeefood hanya mampu di range Rp.100.000-Rp.125.000 sedangkan untuk driver Grabfood masih berada di range Rp.115.00-Rp.160.000 namun ketika ada shopeefood pendapatan mereka berkurang dari Rp80.000-Rp.100.000 ini menandakan adanya shopeefood membuat pendapatan yang didapatkan Driver Gojekfood dan Grabfood mengalami penurunan karena dampak menurunnya jumlah orderan/pesanan.

6. Apa saja yang mendukung besar kecilnya pendapatan driver ?

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa Driver yang brpeluang mendapatkan banyak orderan yaitu driver yang tidak sering melakukan pembatalan order dan jumlah jam kerja semakin banyak maka semakin berpeluang mendapatkan banyak orderan selain itu driver juga harus memahami dan membaca wilayah yang berpotensi mendapatkan banyak orderan

7. Apakah Kehadiran shopeefood ini cukup berpengaruh dalam penghasilan yang Anda dapat?.

Berdasarkan dari jawaban para driver mereka merasakan pengaruh adanya shopeefood yaitu berdampaknya penurunan jumlah orderan yang berakibat menurunnya pendapatan mereka

8. Apa strategi yang Anda lakukan untuk bisa mendapatkan penghasilan maksimal saat adanya shopeefood ?

Berbicara strategi tentu banyak yang dapat dilakukan pihak driver namun beberapa yang di sampaikan para driver adalah dengan :

1. Menambah jam kerja dan tidak menolak orderan yang masuk
2. Mencoba berangkat lebih pagi untuk mengantisipasi seseorang yang mencari sarapan
3. Mencoba berkeliling jika di suatu tempat tidak mendapatkan orderan
4. Tidak pilih pilih jenis orderan food yang masuk
5. Mencari potensi restoran yang ramai di jam jam tertentu
6. Memahami daerah daerah yang memiliki banyak orderan di jam jam tertentu

V. KESIMPULAN

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan pada bab sebelumnya maka berikutyang dapat peneliti sampaikan,yaitu penghasilan driver gojek food dan Grabfood saat adanya shopeefood mengalami penurunan sebanyak 25%-40% dibanding sebelum adanya shopeefood

Adanya penurunan jumlah pesanan akibat munculnya shopeefood terjadi akibat adanya competitor baru di bidang makanan cepat saji yang membuat customer bisa memilih aplikasi mana yang sesuai dengan kondisi ekonomi mereka.kondisi itulah yang dapat mempengaruhi pendapatan pada driver gojekfood dan grabfood

1. Banyaknya pesanan yang diterima driver.semakin banyaknya pesanan yang diselesaikan driver setiap harinya mempengaruhi pendapatan driver karena semakin bagus rating dan performa orderan yang dijalankan driver tanpa menolak pesanan menjadi prioritaas bagi aplikator.
2. Jarak yang ditempuh driver gojekfood dan grabfood.jarak pesanan yang diselesaikan driver juga mempengaruhi jumlah pendapatan setiap harinya karena semakin jauh jarak yang didapatkan semakin besar pula pendapatan yang dihasilkan karena setiap layanan yang dijalankan memiliki tariff berdasarkan jarak per kilometernya
3. Jam kerja driver. Jam kerja driver juga berpengaruh terhadap pendapatan yang didapatkan karena semakin lama jam kerja yang dijalankan semakin berpeluang mendapatkan banyak orderan (pesanan)

4. Point/berlian yang didapatkan. Jumlah point/berlian yang didapatkan driver gojekfood dan grabfood harus memenuhi syarat agar bisa mendapatkan bonus langsung tunai bonus tersebut bisa mempengaruhi jumlah pendapatan para driver namun pada kondisi ini cenderung sulit mendapatkan bonus.

Besar kecilnya penghasilan yang didapatkan driver Gojekfood dan grabfood juga dipengaruhi oleh besarnya pengeluaran setiap harinya. Ditambah adanya shopeefood memberi semakin banyaknya customer memilih aplikasi makanan cepat saji sesuai dengan kondisi mereka yang berdampak kepada berkurangnya jumlah orderan yang didapatkan para driver, serta kebijakan intensif point/berlian yang cenderung sulit dicapai karena jumlah orderan yang menurun mengakibatkan menurunnya penghasilan para driver.

Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan penelitian dalam penelitian ini adalah :

1. mencari driver gojekfood dan grabfood yang benar benar hanya menjalankan food setiap harinya sejak sebelum adanya shopeefood sampai adanya shopeefood
2. Penelitian ini memilih di daerah Surabaya karena saat penelitian ini daerah lain masih belum terlalu banyak partner shopee
3. Jumlah driver di wilayah Surabaya sangatlah banyak tetapi peneliti tidak bisa mengakses langsung jumlah driver pada perusahaan.

8

Saran

Adapun saran yang dapat diberikan oleh peneliti untuk penelitian dimasa mendatang adalah :

1. dengan melakukan wawancara secara merata ke seluruh wilayah Surabaya penyebaran dilakukan agar dapat hasil yang cukup maksimal yang bisa mewakili ke seluruh wilayah surabaya.
2. Melakukan wawancara di wilayah Sidoarjo karena mungkin dimasa depan telah banyak merchant restoran di wilayah sidoarjo
3. Melakukan wawancara di wilayah Gresik karena di Gresik juga telah berkembang Merchant restoran yang berakibat semakin banyak nya driver shopeefood yang berpeluang mempengaruhi pendapatan Driver
4. Menggunakan metode kualitatif dengan membagikan google form kepada para driver agar lebih memudahkan peneliti berikutnya dan informan menjadi lebih luas

3

UCAPAN TERIMA KASIH

1. Bapak dan Ibu serta keluarga tercinta yang senantiasa memberi dukungan baik materil maupun do'a dan kasih sayang.
2. Bapak Drs. Nurasiq, MM selaku dosen pembimbing yang selalu meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam memberikan bimbingan serta saran kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] *Abdurrahman, A., (2016), Kamus Ekonomi - perdagangan, Jakarta: Gramedia.*
- [2] *Adinda. (2016). Analisis dan Pemetaan Dispersi gas CO Akibat Aktifitas Transportasi di Kota Padang. Universitas Andalas; Padang.*
- [3] *Andrew H. Riyan M & Paskah I., (2021) analisis pendapatan pengemudi ojek online pada masa pandemi covid 19 di kota salatiga.*
- [4] *Ansari, R. T. (2021). GO-JEK And GRAB Driver's Income In Sidoarjo Regency Before And During The COVID-19 Pandemic. Emergent: Journal of Educational Discoveries and Life long Learning (EJEDL), 2(04), 11–23.*
- [5] *Dedik, Kurniawan. (2015). 145 Freeware Pilihan untuk Berbagai Kebutuhan. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo..*
- [6] *Giri, P. C., & Dewi, M. H. U. (2017). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Driver Go-Jek di Kota Denpasar Bali. E-Jurnal EP Unud, 6(6), 948–975.*
- [7] *GOJEK. (2020). GOJEK Services. Retrieved June 17, 2020, From Www.Gojek.Com Website: <https://www.Gojek.Com/>.*
- [8] *Hans Kartikahadi dkk (2017). Akuntansi Keuangan berdasarkan SAK berbasis IFRS. Jakarta Selatan: Salemba Empat..*

- [9] Hartomo, G. (2020). *Pendapatan Driver Ojol Turun hingga 90% Akibat Corona*. Retrieved July 18, 2020, from <https://economy.okezone.com/read/2020/05/27/320/2220427/pendapatan-driver-ojol-turun-hingga-90-akibat-corona>.
- [10] Hermawan, S., & Amirullah. (2016). *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif & Kualitatif*. Malang: Media Nusa Creative.
- [11] Hestanto. (2016). *Bisnis Transportasi Online: Pengertian, Tujuan, Manfaat, Mekanisme*. Retrieved June 29, 2020, from <https://www.hestanto.web.id/bisnis-transportasi-online/>.
- [12] Kartikahadi, H., & Dkk. (2012). *Akuntansi Keuangan Berdasarkan SAK Berbasis IFRS*. Jakarta: Salemba Empat.
- [13] Lavenita, Laura (2021) *Peran Copywriter dalam Pembuatan Konten Push Notifications di Shopee Indonesia*. Internship thesis, Universitas Multimedia Nusantara
- [14] Maftuchan, A., Djahhari, E. A., & MT, R. (2018). *Pengemudi Ojek Daring dan Kerja Layak*.
- [15] Mahda, Y. C., Yuliantanti, R., & Suprihandari, M. D. (2020). *Analisis Perbandingan Antara Pendapatan Driver Gojek Dan Upah Minimum Regional (UMR) Di Kota Surabaya*.
- [16] Marsusanti E, Susilawati, Rusli N, Tya S & Nurfauzia K., (2018) *Faktor faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Driver Gojek*.
- [17] Webster, Merriam. 2014. *Merriam Webster's Collegiate Dictionary*. United States of America: Merriam Webster Incorporated.
- [18] Miles, M.B & Huberman A.M. 2016, *Analisis Data Kualitatif Terjemahan oleh Tjetjep Rohendi Rohidi*. 2016...
- [19] Moleong, Lexy J. (2007) *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Penerbit PT Remaja Rosdakarya Offset, Bandung
- [20] Morlok, E. K. (2017). *Pengantar Teknik dan Perencanaan Transportasi*. Jakarta: Penerbit.
- [21] Pratama, Yoga, G., & Suradi, A. (2016). *Perlindungan Hukum Terhadap Data Pribadi Pengguna Jasa Transportasi Online Dari Tindakan Penyalahgunaan Pihak Penyedia Jasa Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999*. *Diponegoro Law Journal* 5.3.
- [22] Putri Gebyar. M. (2018) *PENGARUH PERCEIVED EASE OF USE DAN TARIF TERHADAP KEPUTUSAN MASYARAKAT MENGGUNAKAN JASA TRANSPORTASI ONLINE DI PEKANBARU*. Skripsi thesis, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- [23] Riduwan, A., I. Triyuwono, G. Irianto, dan U. Ludigdo. 2010. *Semiotika Laba Akuntansi: Studi Kritisal-Posmodernis Derridean*. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Indonesia* 7(1): 38-60.
- [24] Samuelson, N. (2015). *Ilmu Makroekonomi* (17th ed.). Jakarta: PT Media GlobalEdukasi.
- [25] Shava navilla. M. (2021) *analisis pendapatan driver ojek online di masa pandemic covi d19: jurnal pengabdian masyarakat universitas brawijaya malang*
- [26] Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- [27] Wibowo, J. B. (2018). *ANALISIS PERBANDINGAN ANTARA PENDAPATAN DRIVER GO-JEK FULL TIME DAN UPAH MINIMUM REGIONAL KOTAYOGYAKARTA*

mirzarav artikel.pdf

ORIGINALITY REPORT

10%

SIMILARITY INDEX

11%

INTERNET SOURCES

1%

PUBLICATIONS

5%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repository.radenintan.ac.id Internet Source	2%
2	digilib.iain-palangkaraya.ac.id Internet Source	2%
3	wos.academiascience.org Internet Source	1%
4	nitanovitasr.blogspot.com Internet Source	1%
5	repository.untag-sby.ac.id Internet Source	1%
6	repository.radenfatah.ac.id Internet Source	1%
7	ejedl.academiascience.org Internet Source	1%
8	agir.academiascience.org Internet Source	1%
9	eprints.umsida.ac.id Internet Source	1%

10

Submitted to Universitas Negeri Padang

Student Paper

1 %

11

repository.uin-suska.ac.id

Internet Source

1 %

Exclude quotes On

Exclude matches < 1%

Exclude bibliography On