

Lika Liku Ojek Online Mendapatkan Point Dan Coin Di Tengah Maraknya Transportasi Digital

Komariah⁽¹⁾

Mahasiswa Magister Manajemen, Program Studi Pascasarjana, Universitas Bina Bangsa
Email: komariah2321@gmail.com

Basrowi²

Magister Manajemen, Program Studi Pascasarjana, Universitas Bina Bangsa
Email: basrowi@binabangsa.ac.id

ABSTRAK

Tujuan dilaksanakannya penelitian ini adalah untuk a) dampak pandemic Covid-19 bagi driver ojek online di tengah persaingan dengan ojek online lainnya, b) motivasi driver ojek online. Metode yang diunakan pada penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif. Informan dalam penelitian ini dipilih secara random di Wilayah Kota Serang Banten. Penelitian dilakukan pada bulan Juni 2021 yang melibatkan 15 informan driver ojek online dari berbagai aplikasi ojek online. Proses pemilihan informan kunci dan informan lainnya menggelinding seperti bola salju (snowball) Agar validitas data meningkat, peneliti melakukan cek, recek dan crosscek serta memperlama waktu wawancara dengan informan. Metode penambilan data menggunakan pengamatan partisipatif, wawancara secara mendalam, observasi dan dokumentasi. Data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan langkah penelitian kualitatif antara lain pengumpulan data, klasifikasi data sesuai dengan tema, penyaringan data dan penarikan kesimpulan. Berdasarkan hasil analisis data diperoleh kesimpulan; a) Driver ojek online di Kota Serang, Banten merasakan dampak buruk dari pandemic Covid-19 ini dengan menurunnya pendapatannya; b) Penurunan pendapatan ojek di kota Serang pada masa pandemic Covid-19 ini dipengaruhi oleh beberapa factor antara lain; jam kerja, bonus insentif, area hotspots, kebijakan pemerintah dan persaingan dengan ojek online dari perusahaan lain; c) motivasi kerja ojek online karena kebutuhan keluarga yang semakin tinggi.

Kata kunci: Covid-19, ojek, online, income, motivasi

ABSTRACT

The purpose of this research is to a) the impact of the Covid-19 pandemic on online motorcycle taxi drivers in the midst of competition with other online motorcycle taxi drivers, b) the motivation of online motorcycle taxi drivers. The method used in this research is descriptive qualitative method. Informants in this study were selected randomly in the City of Serang, Banten. The research was conducted in June 2021 involving 15 online motorcycle taxi driver informants from various online motorcycle taxi applications. The process of selecting key informants and other informants rolled like a snowball. In order to increase the validity of the data, the researchers conducted checks, checks and crosschecks and extended the interview time with the informants. The data collection method used participatory observation, in-depth interviews, observation and documentation. The data obtained were analyzed using qualitative research steps, including data collection, data classification according to the theme, data filtering and drawing conclusions. Based on the results of data analysis, conclusions are obtained; a) Online motorcycle taxi drivers in Serang City, Banten are feeling the bad impact of the Covid-19 pandemic by decreasing their income; b) The decline in motorcycle taxi revenues in the city of Serang during the

Covid-19 pandemic was influenced by several factors, including; working hours, incentive bonuses, hotspots, government policies and competition with online motorcycle taxis from other companies; c) motivation to work online motorcycle taxis because of the higher family needs.

Keywords: Covid-19, transportation, online, income, motivation

LATAR BELAKANG

Pada tahun 2015, PT mendirikan Gojek, sebuah perusahaan transportasi online. Gojek Indonesia. Pada 2015, 15 juta orang aktif menggunakan Gojek setiap minggunya. Pada 2016, pengguna Gojek meningkat menjadi 30 juta pelanggan. Kemudian pada tahun 2017 pertumbuhan Gojek menurun karena persaingan dengan kompetitor. Pada tahun 2017, jumlah pelanggan Gojek sebanyak 9,7 juta pelanggan. Pada saat yang sama, pelanggan Gojek meningkat 20 juta pada 2018. Kemudian pada tahun 2019, jumlah pelanggan Gojek mencapai 155 juta. Pada tahun 2020, pertumbuhan pelanggan Gojek mencapai 52% pelanggan.

Persaingan jasa transportasi yang semakin ketat membuat masyarakat semakin mudah untuk memilih salah satu jasa transportasi online. Mengurangi kemungkinan pelanggan lama berpindah layanan. Jika jasa transportasi memberikan kualitas pelayanan yang baik, konsumen seringkali tertarik untuk menggunakan jasa transportasi.

Selain kualitas pelayanan, faktor lain yang mempengaruhi pemilihan jasa transportasi online adalah promosi. Adanya kegiatan promosi akan mempengaruhi pelayanan yang dapat dipilih oleh calon konsumen dari keunggulan jasa transportasi online tersebut.

Persaingan di bidang transportasi online semakin ketat, pemain-pemain baru dari berbagai kalangan bermunculan, dan seleksi alam pun tak terhindarkan. Mempertimbangkan posisi dominan Gojek dan Grab yang ada, persaingan antar pendatang baru untuk pasar kendaraan otonom akan sangat ketat.

Selain itu, merekrut mitra dengan memberikan fasilitas yang menarik, program reward dan bagi hasil pasti akan menarik perhatian mitra. Menurut pantauan Bisnis.com di google playstore, selain Gojek Indonesia dan Grab Indonesia, setidaknya ada lebih dari 20 aplikasi trafik online. Angka tersebut sudah termasuk transportasi online berbasis regional seperti Gorontalo Jek, Ko-Jek (Kalimantan), Si-Jek (Situbondo), Pas-Jek (Kota Sampit) dan Greenjek (Karawang).

Dalam beberapa bulan terakhir, akibat wabah virus corona atau yang biasa disebut covid-19, pendapatan dari trafik online turun. Sejak adanya covid-19 di Indonesia, Presiden dan pemerintah menerapkan kebijakan lockdown dan PSBB (pembatasan sosial besar-besaran). Hal ini sangat mempengaruhi pendapatan dan pendapatan dari semua kegiatan lainnya. Semua sekolah diliburkan, perkuliahan juga diliburkan, karyawan dihimbau untuk bekerja dari rumah, bahkan ada yang dipecat karena pandemi. Karena adanya kebijakan yang dilakukan oleh pemerintah, masyarakat Indonesia dianjurkan untuk dirumah saja dan jarang menggunakan aplikasi Transportasi iOnline.

Maka dari itu berdasarkan uraian diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Lika Lika Ojek Online Mendapatkan Point Dan Coin Di Tengah Maraknya Transportasi Digital?”

KAJIAN PUSTAKA **Transportasi Online**

Menurut Annor (2016:1), menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), ojek diartikan sebagai sepeda motor yang ditambang dengan penumpang sewaan. Ojek adalah kendaraan darat yang menggunakan kendaraan roda dua dengan plat nomor hitam untuk mengangkut penumpang dari satu tujuan ke tujuan lain, kemudian dikenakan biaya.

Ride-hailing online merupakan transportasi umum yang banyak diminati oleh masyarakat umum. Ojek online kini banyak diminati karena telah berkembang seiring dengan kemajuan teknologi. Ojek online adalah ojek yang dapat dipesan dengan menggunakan teknologi internet melalui aplikasi di handphone. Hal ini dapat memudahkan pengguna jasa untuk menelepon pengemudi ojek secara online.

Maraknya armada transportasi online ini dipelopori oleh Go-Jek yang diberi nama Go-Ride, tepatnya pada tahun 2010. Nadiem Makarim, salah satu pendiri Go-Jek, melihat bahwa solusi untuk membenahi layanan transportasi di Jakarta sangat diperlukan. Selanjutnya muncul GrabTaxi di Indonesia pada tahun 2014. Awalnya GrabTaxi hanya sebagai penyedia platform yang menghubungkan taksi offline dengan konsumen. Namun melihat potensi pasar dari transportasi motor dan mobil (bukan taksi), Grab kemudian mengembangkan ranah bisnisnya dengan memberi nama GrabBike untuk ojek motornya. Untuk saat ini, Grab merupakan pesaing kuat dari Go-Jek.

Selain Go-Jek dan Grab, ada juga Uber yang menuai kontroversi sejak awal kemunculannya. Uber menyediakan layanan transportasi online menggunakan mobil berplat hitam. Protes yang muncul dikarenakan mobil pribadi ini tidak seharusnya digunakan sebagai transportasi umum. Namun perusahaan asal Amerika ini tidak menghentikan bisnisnya dan terus beroperasi. Uber kemudian membenahi diri dan berkoordinasi dengan pemerintah untuk mengajukan izin Penanaman Modal Asing (PMA). Bahkan saat ini Uber menyesuaikan diri dengan pasar di Indonesia dengan menerima pembayaran secara tunai dan menyediakan layanan ojek yang diberi nama uberMOTOR (Ikhsanti, 2017).

Dominasi layanan ojek online (ojol) dan taksi online Gojek dan Grab di Indonesia ditantang oleh perusahaan transportasi online asal Rusia, Maxim. Maxim hadir di Indonesia sekitar Juli 2018. Saat itu, kota yang dijajaki Maxim baru Jakarta dengan jenis layanan pemesanan angkutan dan motor melalui aplikasi mobile Taxsee Driver dan laman id.taximaxim.com.

Selain Gojek, Grab dan Maxim, ada juga beberapa transportasi online local yang juga berkembang di Kota Serang Banten. Banten On Time, sebuah perusahaan ojek online (ojol) yang hadir di Kota Serang. Meski demikian, sampai saat ini ojol yang sudah melakukan peluncuran pada 3 April itu belum mengantongi izin dari pemerintah pusat.

Sejak Banten On Time diluncurkan awal April 2021, sampai saat ini masih belum sepenuhnya beroperasi. Namun bagi yang ingin menggunakan jasa Banten On Time sudah bisa menggunakannya karena aplikasinya sudah terdaftar di PlayStore. Sampai saat ini Banten On Time sudah memiliki 200 pengemudi atau driver

Pendapatan

Salah satu indikator utama ekonomi untuk mengukur kemampuan ekonomi masyarakat adalah tingkat pendapatan masyarakat. Indikator yang dimaksud hanya bersangkutan dengan pendapatan dan pengeluaran, akan tetapi yang lebih penting adalah mengetahui besarnya perbandingan antara penerimaan dengan pengeluaran. Pendapatan dapat digunakan sebagai ukuran dalam menilai keberhasilan suatu usaha dan juga faktor yang menentukan dalam kelangsungan suatu usaha. Pendapatan dapat diartikan sebagai jumlah uang yang diterima oleh seseorang atau badan usaha selama jangka waktu tertentu (Phahlevi, 2013).

Pendapatan menurut pengertian umum adalah balas jasa yang diterima oleh seorang individu setelah melaksanakan sesuatu pekerjaan atau nilai barang dan jasa yang diterima oleh seorang individu melebihi hasil penjualannya (Nurrohmah, 2016).

Menurut Sadono Sukirno (2009:85) dalam teori ekonomi mikro bahwa pendapatan adalah perolehan yang berasal dari biaya-biaya faktor produksi atau jasa-jasa produktif. Pengertian tersebut menunjukkan bahwa pendapatan adalah seluruh perolehan baik yang berasal

dari biaya segment produksi maupun general yield yang dihasilkan untuk seluruh produksi dalam suatu perekonomian dalam jangka waktu tertentu.

Menurut Mankiw (2000: 29) dalam Hamidah (2017) pendapatan perorangan adalah jumlah pendapatan yang diterima rumah tangga dan bisnis nonkorporat. Sedangkan menurut Sukirno (2006: 47) dalam Hamidah (2017) pendapatan pribadi dapat diartikan sebagai semua jenis pendapatan, termasuk pendapatan yang diperoleh tanpa memberikan sesuatu kegiatan apapun, yang diterima oleh penduduk suatu negara.

Menurut Aulani (2014: 17), pendapatan secara spesifik merupakan selisih antara penerimaan general perusahaan dengan pengeluaran. Penerimaan tersebut bersumber dari hasil usaha, sedangkan pengeluaran merupakan general biaya yang digunakan selama expositions produksi.

Motivasi

Semangat kerja sangat diperlukan dalam berbagai aktivitas, tidak terkecuali bagi para mitra ojek online. Terlebih sistem kerja bersifat lepas/ bebas, tidak ada jaminan kompensasi dan jaminan lain, tidak ada perlengkapan dan fasilitas kerja, dan pendapatan sangat bergantung pada sistem yang telah ditetapkan, tentu keadaan ini membutuhkan berkali lipat semangat kerja di bandingkan profesi lain. Para mitra harus dapat membangun motivasinya sendiri, mereka tidak boleh larut oleh dinamika atau masalah, baik yang terjadi secara internal maupun eksternal, mereka harus dapat menemukan secercah tujuan yang menjadi dasar atau fondasi motivasi, sehingga selalu dapat melakukan pekerjaan ojek Online setiap harinya. Harras, dkk. (2020) menjelaskan, bahwa semangat kerja adalah bahan bakar bagi diri untuk dapat melakukan aktivitas, namun dibutuhkan pemicu agar bahan bakar ini cepat menyala dan jika menyala apinya sangat besar, yakni terpenuhinya kebutuhan dasar.

Pada level dan jenis pekerjaan tertentu pemenuhan kebutuhan dasar adalah motivasi yang paling kuat, misalnya profesi ojek Online ini. Sejatinya hanya kebutuhan dasarlah motivasi utama dan satu-satunya pemicu yang selalu menggerakkan mitra pengemudi bekerja setiap harinya. Adapun dimensi yang terkait dari kebutuhan dasar ini adalah persoalan bagaimana dapur keluarga bisa menyala, anak istri bisa makan, pendidikan anak bisa terbayarkan, dan sewa tempat tinggal dapat diatasi. Ekhsan (2019) dan Laksmiari (2019) menjelaskan, motivasi sulit diidentifikasi namun cara-cara klasik seperti kompensasi terbukti efektif membangkitkan semangat kerja. “Masalah utama dalam motivasi adalah bagaimana caranya menggerakkan sumber daya manusia dan potensi karyawan agar mau bekerja sama secara optimal dan produktif, berhasil mewujudkan dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Motivasi adalah suatu perangsang keinginan daya gerak kemauan bekerja seseorang, setiap motif mempunyai tujuan tertentu yang ingin dicapai” (Hasibuan dalam Sunyoto, 2012:194).

Sedangkan menurut Robbins dalam Priansa (2014:201) menyatakan bahwa “motivasi adalah proses yang menunjukkan 7 intensitas individu, arah, dan ketekunan dari upaya menuju pencapaian tujuan”. Menurut Rivai (2010:837) menyatakan, motivasi adalah “serangkaian sikap dan nilai-nilai yang mempengaruhi individu untuk mencapai hal yang spesifik sesuai dengan tujuan individu”.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan pada bulan Juni 2021 dan melibatkan 15 informan pengemudi ojek online dari berbagai aplikasi ojek online. Proses pemilihan key insiders dan insiders lainnya bergulir seperti bola salju. Untuk meningkatkan validitas data, peneliti melakukan check, check dan cross check, serta memperpanjang waktu wawancara dengan orang dalam. Metode pengumpulan data menggunakan observasi partisipatif, wawancara mendalam, observasi dan pencatatan. Menganalisis data yang diperoleh dengan menggunakan langkah-langkah

penelitian kualitatif, meliputi pengumpulan data, klasifikasi data menurut tema, penyaringan data dan penarikan kesimpulan.

Tabel Informan

No	Informan	Usia	Nama Perusahaan	Lama bergabung
1	Informan A	32	Gojek	3 Tahun
2	Informan B	28	Gojek	4 Tahun
3	Informan C	26	Gojek	4 Tahun
4	Informan D	32	Gojek	3 Tahun
5	Informan E	35	Gojek	4 Tahun
6	Informan F	28	Gojek	2 Tahun
7	Informan G	26	Gojek	3 Tahun
8	Informan H	30	Grab	3 Tahun
9	Informan I	32	Maxim	1 Tahun
10	Informan J	28	Maxim	1 tahun
11	Informan K	26	Maxim	1 Tahun
12	Informan L	25	Grab	3 Tahun
13	Informan M	27	Grab	2 Tahun
14	Informan N	28	Grab	3 Tahun
15	Informan O	35	Grab	4 Tahun

HASIL

Peneliti berusaha mewawancarai 7 driver Gojek, 5 orang driver grab dan 3 orang driver maxim yang ditemui secara random di jalan – jalan sekita Kota Serang, Banten dengan mengambil moment-moment yang menunjukkan bahwa informan yang akan diwawancarai berada dalam kondisi yang nyaman dan tidak merasakan gangguan dari kedatangan peneliti serta menunjukkan sikap welcome untuk diajak berbicara atau diwawancarai. Moment ketika mereka istirahat di halaman masjid / musholla atau di pangkalan komunitas ojek online menjadi tempat yang sangat nyaman untuk diajak bicara dengan santai. Selain itu informan juga enak diajak ngobrol saat sedang istirahat di bawah pohon pinggir jalan sambil menunggu orderan pelanggan. Atau peneliti mewawancarainya ketika menggunakan jasa ojek online yang ditargetkan (Gojek, Grab dan Maxim)

Wawancara yang dilakukan oleh peneliti tidak selalu berjalan mulus, tetapi ada beberapa kali wawancara yang kurang optimal karena wawancara terhenti sebelum semua informasi diperoleh karena informan harus pergi menunaikan tugasnya memberikan pelayanan kepada para pelanggannya. Jika wawancara dilakukan pada situasi ini maka peneliti akan berusaha mengarahkan pembicaraan kepada beberapa pertanyaan pokok dan meminimalkan pertanyaan-pertanyaan atau pembicaraan yang tidak mengarah kepada jawaban yang diinginkan dalam penelitian. Selain itu peneliti juga mewawancarai 2 orang informan melalui Telepon dengan alasan bahwa waktu wawancara akan ditentukan oleh informan dengan mengacu kepada waktu luang dan mood yang mereka miliki.

Berdasarkan hasil wawancara dengan para informan diperoleh informasi kalau mereka telah bekerja sebagai driver selama lebih dari 3 tahun terakhir (9 informan) dan 1-2 tahun terakhir (5 informan).

“Alhamdulillah bu, saya udah gabung gojek sejak 2018” (Informan B)

“Saya Join maxim baru bu, sejak 2020” (Informan J)

Dari wawancara yang dilakukan oleh peneliti juga diperoleh informasi jika pendapatan mereka ketika pandemic sangat menurun ketika pandemic dibandingkan dengan ketika keadaan normal. Dampak ini dirasakan oleh seluruh driver ojek online dari berbagai aplikasi ini.

“Sebelum pandemi pendapatan lumayan bisa diandalkan, namun saat dimasa pandemi mulai menurun bahkan semakin tercekik pendapatan” (Informan O)

“Dulu sebelum adanya pandemi covid 19 sangatlah mudah untuk bisa mendapatkan pendapatan. Tapi sekarang adanya pandemi covid 19 sangatlah susah mendapatkan pendapatan” (Informan A)

“Pendapatan saya berbeda jauh saat sebelum Corona biasanya pendapatan kotornya 400 ribu sekarang 100 ribu saja susah” (Informan O)

“Saya sudah menjadi driver grab 3 tahun, semenjak adanya covid-19 ini saya merasakan begitu sulit mendapatkan uang dan kebutuhan ekonomi keluarga turun drastis, tapi saya terus berjuang dengan penuh kesabaran dan juga berdoa, smoga masalah covid ini cepat berakhir” (Informan H)

Penurunan pendapatan ini selain karena dampak pandemic, ini juga dipengaruhi oleh kebijakan perusahaan yang melakukan penyesuaian tariff, perubahan kebijakan bonus dan beberapa kebijakan lainnya.

“Potongan untuk driver terlalu gede, seharusnya mah jangan terlalu gede, ya antara 5 – 10% saja, otomoatis turun pendapatan.”(Informan D)

“Sejak aplikasi gojek driver berganti menjadi aplikasi GoPartner orderan untuk para driver menjadi berkurang sehingga mempengaruhi penghasilan para mitra driver gopartner utk memenuhi kebutuhan keluarga. Dalam 1 hari hanya diberi 1 sampai 4 orderan saja. Bahkan untuk memperoleh 14 point', untuk program JAGO. Kami para mitra driver harus bekerja 12 jam sampai 15 jam” (Informan F)

Salah satu yang dikeluhkan para driver Gojek adalah system penilaian kinerja yang ada di aplikasi gojek serta pemilihan akun prioritas secara tersistem dan terjadi secara otomatis sehingga para Driver memiliki akun prioritas yang berbeda-beda antara satu dengan yang lainnya. Informan sebagian mendapatkan akun prioritas Go-Ride sehingga setiap hari dia lebih banyak melayani jasa penghantaran pelanggan dan hanya sedikit sekali mendapatkan orderan Makanan (Go-Food) ataupun Barang (Go-Send). Sedangkan bagi mereka yang mendapatkan akun prioritas Go-Food maka sebagian besar orderan yang masuk adalah orderan untuk menghantarkan makanan yang dipesan oleh pelanggan dari Merchant Go-Resto melalui fitur Go-Food. Mereka yang memiliki akun prioritas Go-Food biasanya hanya sedikit sekali mendapatkan orderan mengantar / menjemput pelanggan (Go-Ride) maupun mengantar Barang (Go-Send). Begitu juga jika Informan memiliki akun prioritas Go-Send maka dia kebanyakan mendapatkan order menghantarkan barang dan sedikit mendapatkan order mengantarkan Pelanggan maupun mengantarkan pesanan makanan.

“Online sekarang sudah tidak menggiurkan lagi. Apalagi yang Go-car, keluhannya hamper sama. Paling yang bertahan hanya mereka yang sudah nyicil mobil yang bertahan, itu pun sudah di telpon sama leasing tiap bulan untuk pembayaran tagihan. Karena penghasilannya sudah tidak cukup.” (Informan N)

Sebagian informan justru menyoroti berbagai kesulitan yang dihadapi ketika mendapatkan orderan Go-Send. Misalnya ada seorang Driver yang mendapatkan untuk mengantarkan produk yang berdimensi besar seperti sepeda, furniture plastik (Kursi, Meja, Lemari dll), mereka sebenarnya keberatan untuk menerima orderan tersebut karena armada untuk membawa produk-produk berdimensi besar tersebut harusnya menggunakan mobil (Go-Car) yang memang secara kapasitas memadai untuk membawa produk-produk yang berdimensi besar. Namun pada akhirnya para informan tidak bisa menolak untuk membawa produk tersebut dan harus mengantarkannya ke konsumen walaupun sebenarnya tindakan tersebut sangat beresiko membahayakan Driver. Mereka tidak bisa menolak karena jika mereka

membatalkan orderan tersebut maka mereka akan mendapatkan sanksi dari pihak Gojek berupa pengurangan nilai yang berakibat kepada penurunan performa akun mereka sehingga akun mereka jarang menerima orderan yang tentunya akan berimplikasi kepada turunnya penghasilan mereka.

Berdasarkan data yang diperoleh pada penelitian ini, kendala yang dihadapi oleh ojek online ketika berada di lapangan adalah pesanan fiktif, orderan dari system yang sekarang berkurang jika tidak aktif. Salah seorang informan mengatakan kepada penelitian tentang kesulitannya di tengah wabah Covid-19. Karena banyak yang bekerja dirumah atau Work From Home (WFH) dan para pelajar pun belajar dirumah, secara langsung menjadi kendala terhadap pekerjaannya, yang mengakibatkan orderan ojek online atau ojol sepi. Tetapi walaupun sepi sebagai pekerja harian mereka tetap berusaha sekuat tenaga.

“Orderan sepi, orang naik juga susah, yang keluar rumah ga ada, kalau kita ga jalan ga tau mau makan apa lagi, kalau jalan kita banyak rintangan kan,” terangnya. (Informan G)

Berdasarkan hasil wawancara yang diperoleh peneliti, penyebab mereka masih bertahan menjadi ojek online saat ini adalah karena kebutuhan untuk memenuhi kebutuhan keluarga yang semakin tinggi. Apalagi jika telah mempunyai anak. Kebutuhan hidup harian yang tidak bisa ditunda membuat semangat tetap ada di dada para driver ojek online Kota Serang. Ditambah memang sebagian besar sudah berusia, sehingga sulit untuk mendapatkan pekerjaan lain lagi.

PEMBAHASAN

Pendapatan Ojek Online

Pandemi Corona Virus Disease 2019 (COVID-19) membuat pemerintah Indonesia mulai menerapkan pembatasan dengan kebijakan social distancing (jaga jarak sosial, menghindari kerumunan), lalu physical distancing (jaga jarak antar orang minimal 1,8 meter) sejak awal Maret 2020. Kebijakan itu telah menurunkan secara drastis aktivitas dan pergerakan orang di Jabodetabek dan kota-kota besar. Hal ini dapat dilihat dari menurunnya jumlah penumpang pada berbagai sarana transportasi mulai pesawat terbang, kereta api komuter, bus dan busway, angkot, taksi, taksi online, bajaj, hingga ojek dan ojek online (ojol) (Hadiwardoyo, 2020).

Penurunan jumlah penumpang yang terjadi saat physical distancing memberikan dampak yang signifikan terhadap seluruh pelaku transportasi di seluruh daerah khususnya di wilayah padat penduduk. Salah satunya yaitu penurunan jumlah penumpang pada ojek online, Informan mengatakan bahwa pendapatannya menurun karena ada peraturan dari pemerintah untuk membatasi jarak fisik antar sesama untuk menghindari peningkatan penyebaran virus corona. Beliau juga berkata “Pendapatan saya berbeda jauh saat sebelum Corona biasanya pendapatan kotornya 400 ribu sekarang 100 ribu saja susah”. Pernyataan tersebut menunjukkan gambaran penurunan pendapatan driver ojek online yang signifikan. Serupa dengan pak Hadi, lima informan lain memberikan pernyataan yang serupa mengenai dampak physical distancing, yaitu penurunan pendapatan sebagai driver ojek online. Dampak tersebut mengakibatkan adanya variasi pendapatan driver ojek online sebelum dan pada saat pandemi COVID-19. Misalnya pada pak Deni dan pak Sipangan, yang memberikan pernyataan bahwa pendapatan dirinya setelah terjadi pandemi berkurang hingga 50% dari sebelum pandemi. Menurut pak Deni cara untuk mengatasi dampak dari physical distancing ini salah satunya dengan menambah waktu penerimaan orderan sebanyak 2 – 3 jam.

Berbeda dengan informan sebelumnya, Pak Cahyo, mengatakan bahwa dampak dari physical distancing ini menjadikan dirinya mengurangi jam kerja beliau mengatakan “Biasanya waktu kerja saya 10 jam, tapi selama pandemi ini saya mengurangi jam kerja saya menjadi 8 jam. Menurut saya kan pandemi ini bahaya ya, jadi saya membatasi diri untuk tidak berada di

luar rumah berlama – lama”. Sedangkan untuk pendapatan dari Pak Cahyo sendiri berkurang hingga 200 – 350 ribu rupiah selama pandemi khususnya pada penerapan physical distancing. Informan selanjutnya yaitu Pak Jodi, beliau memberikan pernyataan tentang cara mengatasi pengurangan pendapatannya akibat dari pelaksanaan physical distancing yaitu dengan tetap menjalani prosedur yang ditetapkan oleh perusahaan dalam mengambil orderan. Hal ini dilakukan semata mata untuk menutupi pendapatannya yang berkurang hingga 100 – 200 ribu rupiah. Berbeda dengan Pak Jodi, informan Pak Toni mengalami penurunan pendapatan hingga 200 – 300 ribu rupiah.

Pernyataan dari informan mengenai physical distancing menunjukkan dampak berupa penurunan pendapatan dari driver ojek online. Kebijakan physical distancing sebagai alternatif pencegahan perluasan dampak infeksi virus corona yang dipilih oleh pemerintah Indonesia bukan tanpa resiko, physical distancing dapat menimbulkan berkurangnya produktivitas, dan hilangnya manfaat lain yang berkaitan dengan interaksi antar manusia untuk menjaga eksistensi dan keberlangsungan hidup, seperti yang dialami driver ojek online (Kresna, 2020).

Terkait dengan apakah ada perubahan penghasilan antara sebelum dan sesudah merger, para informan keberatan untuk menjawab atau menyampaikan informassi tentang berapa rata-rata penghasilan yang mereka dapatkan setiap harinya. Namun secara umum para informan mengatakan bahwa mereka tidak merasakan adanya perubahan penghasilan setelah Merger. Perubahan penghasilan itu hanya berubah ketika terjadi 2 hal yang pertama yaitu rajin & tidak melakukan pembatalan. Ketika driver rajin menerima order dari pelanggan dan melayani pelanggan dengan baik salah satunya dengan cara tidak melakukan pembatalan orderan dari pelanggan maka rating akunya semakin membaik lebih sering lagi diberikan prioritas order oleh Gojek.

Dan sebaliknya jika malas dalam menerima orderan dan bahkan sering melakukan pembatalan maka sudah bisa dipastikan reputasi akunya akan terus menurun sehingga tidak mendapatkan prioritas sebagai akun penerima order dari pelanggan. Maka ketika ditanyakan adakah pengaruh merger terhadap penghasilan Driver, maka sebagian menjawab tidak ada pengaruh bagi penghasilan mereka. Mereka punya prinsip bahwa yang menentukan banyak / sedikitnya penghasilan yang akan diterima adalah dari mereka sendiri. Memang benar bahwa salah satu kebijakan Gojek yang mengurangi penghasilan harian mereka yaitu saat pihak Gojek merubah system pemberian bonus kepada mitra Driver.

Berdasarkan laopran hasil penelitian Lembaga Demografi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia pada tahun 2020 menyebutkan para pekerja mandiri yang bergantung pada sistem kerja berdasarkan permintaan merasakan dampak buruk dari pandemi Covid-19, hal ini berkorelasi dengan menurunnya pendapatan driver ojek online. Dampak ekonomi pandemi Covid-19 pada mitra pengemudi Gojek memiliki efek amplifikasi karena hampir semua berkeluarga, memiliki tanggungan (mayoritas 3 orang tanggungan), dan tidak memiliki sumber penghasilan lain

Tentu menurunnya penghasilan ini membuat sedikit banyaknya tekanan (stress) para driver ojek online. World Health Organization (WHO) menyebutkan bahwa sekitar 450 juta orang di dunia mengalami stres. Di Indonesia tercatat sekitar 10 % dari total penduduk Indonesia mengalami stres. Stres juga dapat dialami oleh orang yang berprofesi sebagai driver ojek online, dimana masa Pandemic COVID-19 seperti ini banyak pengguna ojek online yang biasanya menggunakan transportasi ojek online menjadi tidak menggunakannya dikarenakan takut akan tertularnya COVID- 19 yang sebenarnya belum tentu driver tersebut terinfeksi virus. Dimana dalam kondisi yang tidak memungkinkan untuk menarik penumpang berpengaruh pada pemasukan ekonomi keluarganya.

Menurut Rizki (2019) paling tidak ada 3 faktor yang menentukan pendapatan ojek online antara lain; a) jam kerja, b) bonus insentif, dan c) area hotspots. Dari sini kita melihat bahwa secara umum tiga point yang dinyatakan oleh Rizki (2019) tersebut memang benar

adanya, tetapi pada masa pandemic Covid-19 ini kita tidak bisa mengabaikan factor lainnya seperti kebijakan pemerintah dengan adanya pembatasan – pembatasan yang dilakukan dan keadaan force majeure pandemic ini.

Selain factor yang telah disebutkan di atas tentu factor persaingan antar driver juga mempengaruhi. Sebagaimana disampaikan salah satu informan

“Semakin banyaknya driver semakin rendah tingkat penghasilan para driver karena jumlah customer lebih sedikit daripada jumlah driver. Bagi customer gojek sangat membantu tapi bagi driver semakin sempit peluang dalam mendapatkan orderan.” (Informan E)

Hasil penelitian ini tentang hal-hal yang memotivasi para ojek online dalam bekerja ini, bercocokkan dengan teori motivasi Maslow (1994) yang menyatakan bahwa motivasi kerja seseorang dipengaruhi oleh kebutuhan dasar, keamanan dan keselamatan kerja, Sosial, Penghargaan, dan Aktualisasi. Pada penelitian ini, factor dominan yang terlihat adalah factor kebutuhan dasar untuk bertahan hidup memenuhi kebutuhan keluarga.

Motivasi Kerja Ojek Online

Temuan ini menegaskan bahwa semangat kerja pengemudi ojek Online sangat dipengaruhi oleh pemenuhan hidup. Dengan kata lain alasan utama para pengemudi menjadi mitra ojek Online adalah untuk bisa bertahan hidup. Tentu fakta ini terkonfirmasi oleh keadaan sesungguhnya, banyak alasan kehidupan di balik keputusan para mitra bergabung menjadi ojek Online di antaranya untuk bisa memenuhi pangan, membayar kontrakan, dan membayar biaya pendidikan. Para mitra ojek Online mengakui setidaknya ketiga ukuran tersebut adalah motivasi dasar yang harus mereka penuhi dari profesi ojek Online. Sejujurnya, para mitra tidak terlalu berharap tinggi soal mendapatkan upah dari tarikan ojek Online dengan berharap dapat membeli kendara baru, dapat menyicil rumah, dan dapat membayar jaminan kesehatan. Semua itu dianggap sebagai hal yang sulit dicapai jika tidak ada sistem yang mengatur minimal pendapatan, maka harapan sederhananya adalah ketika keluar dari rumah setidaknya dapat memenuhi tiga hal mendasar yakni kebutuhan pangan, tinggal, dan pendidikan anak.

Hasil oleh data menunjukkan 4 indikator lain seperti keamanan dan keselamatan, sosial, penghargaan dan aktualisasi diri tidak memiliki pengaruh signifikan secara parsial. Tentu ini menegaskan fakta lapangan, bahwa profesi ojek Online sebatas untuk bisa bertahan hidup, maka siapa pun hendaknya tidak menjadikan profesi ojek Online sebagai pilihan utama penyangga kehidupan. Sederhananya, bisa makan dan bayar kontrakan saja sudah cukup dengan profesi ojek Online, dan tidak sangat kecil peluangnya untuk mendapatkan lebih.

Temuan ini memberikan pengetahuan bahwa hal yang paling dibutuhkan oleh para mitra dalam merajut asa sebagai ojek Online adalah kebutuhan hidup. Ini artinya, profesi ojek Online masuk pada kategori pekerjaan berlevel rendah yang hanya bisa memenuhi kebutuhan hidup saja, namun tidak untuk memberikan dampak perubahan di masa mendatang. Maka sebaiknya perlu ada program yang lebih baik dari sistem ini, misalnya pemerintah merancang peraturan yang memberikan peluang kesejahteraan lebih misalnya dengan mengatur standar tarikan dalam setiap harinya, di mana perhitungannya sudah mempertimbangkan aspek pemenuhan kebutuhan dasar.

Kemudian dalam sistem tersebut juga menyediakan program kerja sama kesejahteraan di masa mendatang seperti program rumah dan kendaraan atau menunaikan ibadah (umrah dan haji), tentu dengan membuat skema yang realistis, misalnya dengan membuat program ikatan kontrak atau carter dalam periode tertentu, sehingga para mitra mendapatkan uang tambahan untuk memenuhi program kesejahteraan jangka panjang tersebut.

Selain itu, penyedia program ojek Online harus membuat system berkesinambungan, di mana melihat mitra sebagai aset jangka panjang misalnya dengan menyediakan program

kesehatan, tentu ini akan sedikit sulit namun dengan adanya sistem target hal ini dapat dimungkinkan. Misalnya dalam program target terselipkan reward dalam bentuk pembayaran jaminan kesehatan, dengan demikian tidak terjadi pemotongan pendapatan namun justru mendapatkan fasilitas tambahan. Dengan adanya program seperti ini tentu ke depan para mitra akan bekerja tidak hanya semangat namun akan menunjukkan kinerja yang baik. Hal terakhir yang dapat dijelaskan, bahwa temuan ini sekali lagi mengonfirmasi masih rendahnya orientasi SDM dalam jangka panjang. Ini perlu ada regulasi yang mengatur dengan serius, bahwa pemerintah harus hadir sebagai pendamping, dan melihat profesi ini sejatinya adalah peluang dalam menekan angka pengangguran, sehingga pemerintah dan mitra harus bahu membahu membangun kerja sama yang kohesif, sehingga dapat melahirkan kebijakan dan program yang menuntun peningkatan kualitas SDM, melalui jalan kesejahteraan.

Riset yang dilakukan oleh Saputra (2019) menegaskan, sejatinya motivasi adalah alat untuk pegawai bisa berkembang lebih baik, sehingga luarannya adalah kinerja. Hal ini sama dengan profesi ojek Online, jika saja kebutuhan dasar mitra ojek Online dapat terpenuhi maka sejatinya akan lahir perilaku kerja yang baik dari para mitra pengemudi ojek Online, tentu hal ini akan membangun citra positif penyedia jasa layanan transportasi Online, dan dampaknya meningkatnya kepercayaan masyarakat yang diwujudkan dalam bentuk penggunaan jasa layanan tersebut. Dengan kata lain, sejatinya ini adalah persoalan efek luas yang perlu dikelola secara profesional, cara melihatnya bukan pada aspek jangka pendek, namun dampak yang lebih besar di masa mendatang

KESIMPULAN

Berdasarkan dari uraian di atas bisa disimpulkan bahwa; 1) Driver ojek online di Kota Serang, Banten merasakan dampak buruk dari pandemic Covid-19 ini dengan menurunnya pendapatannya; 2) Penurunan pendapatan ojek di kota Serang pada masa pandemic Covid-19 ini dipengaruhi oleh beberapa factor antara lain; a) jam kerja, b) bonus insentif, c) area hotspots, d) kebijakan pemerintah dan e) persaingan dengan ojek online dari perusahaan lain; 3) Motivasi kerja ojek online karena kebutuhan keluarga yang semakin tinggi. Apalagi jika telah mempunyai anak. Kebutuhan hidup harian yang tidak bisa ditunda membuat semangat tetap ada di dada para driver ojek online Kota Serang. Ditambah memang sebagian besar sudah berusia, sehingga sulit untuk mendapatkan pekerjaan lain lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Admin, G. (2021). Kejar diskon mulai Rp5.000 + Cashback Special + Ongkir Gosend hingga Rp20.000 • Spesial untuk pelanggan Gojek. *Business Strategy and the Environment*.
<https://www.gojek.com/blog/gojek/promo-tokopedia/>
- Bang Jek. (2021). Program Berkas – Skema Insentif Gojek Terbaru. <https://gojeblog.com/skema-insentif-rogram-berkas-gojek-2020/>
- Chuang, Y.-S. (2010). Individual Resistance from Employees to Organizational Change. *Journal of Global Business Management*.
- CNN, I. (2021). Driver Gojek Ancam Demo Gara-gara Insentif GoKilat Dipangkas. *Business Strategy and the Environment*.
<https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20210607110643-92-651119/driver-gojek-ancam-demo-gara-gara-insentif-gokilat-dipangkas>
- Lupina-Wegener, A., Drzensky, F., Ullrich, J., & Van Dick, R. (2014). Focusing on the bright tomorrow? A longitudinal study of organizational identification and projected continuity in a corporate merger. *British Journal of Social Psychology*, 53(4), 752–772.
<https://doi.org/10.1111/bjso.12056>
- Rizki, Muhammad (2019) PENGARUH JAM KERJA, BONUS INSENTIF, DAN AREA HOTSPOTS TERHADAP PENDAPATAN MITRA PENGEMUDI GRABBIKE DI KOTA JAKARTA. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. Skripsi. Tidak dipublikasikan
- Annor, Firlingga Fawzi. (2016) Perlindungan Hukum Terhadap Penumpang Ojek Online (Go-Jek) Di Yogyakarta. <http://repository.umy.ac.id/handle/123456789/8798> Diakses 22 November 2017 Pukul 23.34
- Ikhsanti, Dyah. 2017. Mau Jadi Driver Transportasi Online? Pilih Mana yang Menguntungkan. <https://www.aturduit.com/articles/skema-honor-transportasi-online/> diakses 21 Juli 2021
- Phahlevi, Rico. 2013. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Petani Padi Sawah di Kota Padang Panjang. Padang: Universitas Negeri Padang
- Sukirno, Sadono, 2009. Mikro Ekonomi: Teori Pengantar. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Hamidah, Husniatul. 2017. Pengaruh Penggunaan Aplikasi Transportasi Berbasis Online Terhadap Pendapatan Sopir Taksi Di Kota Surabaya (Studi Kasus Pada Taksi Blue Bird Dan Taksi Orenz)
- Maslow, Abraham H. 1994. Motivasi dan Kepribadian (Teori Motivasi dengan Pendekatan hierarki Kebutuhan Manusia). PT PBP, Jakarta

