

PERSAINGAN OJEK *ONLINE* DENGAN OJEK KONVENSIONAL DI STASIUN LEMPUYANGAN, DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

Kiki Setiyorini¹, Grendi Hendrastomo

Program Studi Pendidikan Sosiologi, Universitas Negeri Yogyakarta

¹Email : kiki.setiyorini@student.uny.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana persaingan yang terjadi antara ojek *online*/daring dengan ojek konvensional di Stasiun Lempuyangan, Daerah Istimewa Yogyakarta dan untuk mengetahui upaya apa saja yang sudah dilakukan guna mengatasi persaingan yang ada. Persaingan ini melibatkan empat paguyuban ojek konvensional dan dua komunitas ojek *online*. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Adapun pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dengan narasumber penelitian; ojek konvensional, ojek *online*, dan pihak Kementerian Perhubungan Daerah Istimewa Yogyakarta. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa persaingan antara ojek *online* dengan ojek konvensional di Stasiun Lempuyangan, Daerah Istimewa Yogyakarta dilatarbelakangi oleh perbedaan harga pada kedua jenis ojek tersebut, di mana tarif ojek *online* lebih murah dari pada ojek konvensional, yang berakibat pada menurunnya pendapatan bagi ojek konvensional. Persaingan yang terjadi terlihat pada penetapan harga dan proses mendapatkan penumpang. Adapun upaya yang sudah dilakukan guna mengatasi persaingan yang ada adalah berupa peraturan pengambilan penumpang bagi ojek *online* untuk tidak mengambil penumpang di depan stasiun. Kesepakatan ini disepakati bersama antara ojek *online* dengan ojek konvensional di Stasiun Lempuyangan, meski begitu masih saja terdapat pihak ojek *online* yang melanggar peraturan yang sudah disepakati tersebut.

Kata kunci : Ojek *Online*, Ojek Konvensional, Persaingan

COMPETITION BETWEEN *ONLINE* MOTORCYCLE TAXI AND CONVENTIONAL MOTORCYCLE TAXI IN LEMPUYANGAN STATION, SPECIAL REGION OF YOGYAKARTA

Abstract

This study aims to determine the competition among *online* motorcycle taxi with conventional motorcycle taxi in Lempuyangan Station, Special Region of Yogyakarta, and to determine what efforts have been made for overcoming the existing competition on there. The competition involves four conventional motorcycle taxi groups and two *online* motorcycle taxi communities. The research adopted descriptive qualitative approach. *Purposive sampling* techniques used with informants included; *online* motorcycle taxi, conventional motorcycle taxi, and Special Region of Yogyakarta Communication Department. The result of this study indicate that the competition among the *online* motorcycle taxi with conventional motorcycle taxi in Lempuyangan Station, Special Region of Yogyakarta, was caused by the difference of the price on both types of the motorcycle, resulting the decrease income for conventional motorcsycle taxi. The competition looks on their price and the passengers. Meanwhile, the effort that has been made for overcoming the competition is the rule in taking the passengers, that the *online* motorcycle taxi is not allowed for taking the passengers in front of the station. This regulation is mutually agreed among the *online* motorcycle taxi and conventional motorcycle taxi in Lempuyangan Station. However some of the *online* motorcycle taxi still broke the rule that has been agreed.

Keyword : Online Motorcycle Taxi, Conventional Motorcycle Taxi, Competition

LATAR BELAKANG

Ojek merupakan alat transportasi yang dapat ditemui di berbagai wilayah di Indonesia. Secara umum ojek dapat diartikan sebagai alat transportasi yang menggunakan sepeda motor dalam proses mengangkut penumpang atau konsumennya. Ojek biasanya mempunyai tempat untuk menunggu penumpang, di mana sering disebut pangkalan ojek. Orang-orang yang akan menggunakan jasa transportasi ojek harus mendatangi pangkalan ojek terdekat dari lokasi penumpang, dengan harga sesuai tarif yang sudah ditentukan oleh tukang ojek bersangkutan.

Dewasa ini keberadaan ojek konvensional dibarengi dengan lahirnya ojek *online* sebagai dampak dari kemajuan teknologi komunikasi yang semakin maju. Munculnya ojek *online* didukung oleh menjamurnya startup di berbagai belahan dunia. Salah satunya di Indonesia, startup mulai ramai dipermukaan sejak datangnya transportasi *online*, terhitung sejak tahun 2011 sebagai tahun kelahiran GoJek (Amajida, 2016) yang mengawali munculnya berbagai transportasi *online* lainnya. Perkembangannya pada tahun-tahun berikutnya mulai bermunculan startup senada yaitu Grab, Uber dan lain sebagainya.

Adapun ojek *online* sebagai inovasi dari ojek konvensional dapat diartikan sebagai alat transportasi yang dalam pengoperasiannya dibantu oleh jaringan internet dan *gadget* sebagai alat pendukung. Proses transaksi berupa pemesanan ojek dilakukan secara *online*, yang artinya dapat dilakukan di mana pun dan tanpa harus bertatap muka secara langsung bagi si penumpang dan tukang ojek yang bersangkutan.

Penawaran yang diberikan ojek *online* membawa kemudahan kepada konsumen dalam hal keamanan, waktu, tarif serta kemudahan dalam proses pemesanan. Hal ini dijelaskan oleh Amajida (2016). Aspek keamanan diakui konsumen dari adanya data yang tertera pada halaman pemesanan ojek di *gadget*, sehingga menimbulkan rasa aman bagi penumpang. Aspek waktu dirasa lebih efisien dari pada alat transportasi umum lainnya. Aspek tarif dinilai lebih jelas dan dapat langsung diketahui pada halaman pemesanan sehingga penumpang dapat

menyiapkan terlebih dahulu uang untuk membayar. Aspek kemudahan pada ojek *online*, dilihat dari pelayanan yang ditawarkan yang tidak hanya mengantar penumpang akan tetapi juga dapat memesan makanan dan menyediakan berbagai layanan jasa yang sebelumnya tidak tersedia pada ojek konvensional, seperti jasa mengantar barang, jasa membersihkan rumah, jasa belanja dan lain sebagainya.

Kemudahan yang ditawarkan ojek *online* dan dioperasikannya ojek *online* di beberapa kota di Indonesia, tidak serta merta dapat diterima oleh semua kalangan masyarakat. Terdapat pro dan kontra yang menyertai pengoperasian ojek *online* tersebut. Sebagaimana yang terjadi di Stasiun Lempuyangan, keberadaan ojek *online* tidak serta merta diterima begitu saja, melainkan terdapat hal-hal yang disepakati bersama terlebih dahulu antara ojek *online* dengan ojek konvensional. Meski begitu, kemunculan ojek *online* membawa perubahan bagi ojek konvensional yaitu pada pendapatan. Ojek konvensional di Stasiun Lempuyangan mengalami penurunan pendapatan sejak adanya ojek *online* beroperasi di Daerah Istimewa Yogyakarta. Adapun di Stasiun Lempuyangan sendiri terdapat empat paguyuban ojek konvensional, di mana apabila ditotal jumlah tukang ojek konvensional berkisar kurang lebih antara 200 orang tukang ojek. Keberadaan ojek *online* diantara banyaknya ojek konvensional di Stasiun Lempuyangan tentu akan memicu persaingan semakin ketat dalam perolehan penumpang.

Penurunan penghasilan bagi tukang ojek konvensional di Stasiun Lempuyangan dengan hadirnya ojek *online* dapat memicu lahirnya kecemburuan diantara ojek *online* dengan ojek konvensional dalam persaingan mendapatkan penumpang. Persaingan yang terjadi dilihat sebagai persaingan ekonomi, dijelaskan dalam Soekanto (2012) bahwa persaingan ekonomi merupakan salah satu cara untuk memilih produsen-produsen yang baik, sehingga dapat disimpulkan dengan adanya persaingan ekonomi para produsen (dalam hal ini ojek *online* dan ojek konvensional) bersaing dalam mendapatkan

penumpang.

Selama ini beragam penelitian yang membahas tentang gojek lebih menitikberatkan pada konsep teknologi dan komunikasinya (Amajida, 2016; Anindhita, 2016), sedangkan yang membahas tentang konflik dan dampaknya bagi ojek konvensional masih terbilang minim. Ojek *online* memunculkan persaingan yang tidak terlihat dengan ojek konvensional. Persaingan yang terjadi melibatkan kelompok dan individu yang terlibat dalam pertarungan transportasi memperebutkan penumpang.

Persaingan antara ojek *online* dengan ojek konvensional sebagai objek utama penelitian ini menguraikan mengenai seperti apa persaingan yang ada antara ojek *online* dengan ojek konvensional di Stasiun Lempuyangan serta untuk mengetahui upaya apa yang sudah dilakukan dalam mengatasi persaingan yang terjadi antara ojek *online* dengan ojek konvensional dengan lokasi penelitian di Stasiun Lempuyangan, Daerah Istimewa Yogyakarta.

Penelitian ini bermaksud mengkaji tentang bagaimana persaingan antara ojek *online* dengan ojek konvensional dan upaya apa yang sudah dilakukan dari adanya persaingan tersebut di Stasiun Lempuyangan, Daerah Istimewa Yogyakarta. Sehingga perlu mengkaji lebih dalam terkait latar belakang persaingan, bagaimana bentuk-bentuk persaingan yang terjadi, dampak dari adanya persaingan tersebut, fenomena disrupsi dan upaya apa saja yang sudah dilakukan guna mengatasi persaingan yang terjadi antara ojek *online* dengan ojek konvensional di Stasiun Lempuyangan, Daerah Istimewa Yogyakarta.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, di mana hasil penelitian ini diuraikan dan dijelaskan dengan kalimat yang disusun sedemikian rupa guna menjelaskan persaingan yang ada di Stasiun Lempuyangan antara ojek *online* dengan ojek konvensional serta upaya yang sudah dilakukan dalam mengatasi persaingan yang terjadi.

Teknik sampling yang dipilih sebagai alat pengumpulan data pada penelitian ini adalah

purposive sampling, dengan kriteria yang sudah ditentukan, yaitu informan terdiri atas 3 narasumber yakni ojek *online* di mana ojek *online* yang dijadikan narasumber adalah yang tergabung ke dalam komunitas ojek *online* di sekitar Stasiun Lempuyangan, ojek konvensional yaitu perwakilan dari paguyuban ojek di Lempuyangan, dan Dinas Perhubungan Daerah Istimewa Yogyakarta bidang angkutan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Ojek menurut Legowo (2016) pada penelitiannya tentang rasionalitas ojek konvensional dalam mempertahankan eksistensi di tengah adanya gojek di kota Surabaya, ojek dianggap sebagai salah satu alternatif yang ditawarkan ketika kondisi jalan raya atau jalan umum mengalami kemacetan oleh kendaraan roda empat, selain dapat lebih efisien ojek dapat ditemukan dipangkalan ojek tanpa harus menunggu angkutan umum seperti angkutan kota maupun bus. Menurut Licara (2010) menjelaskan bahwa pangkalan ojek adalah tempat di mana tukang ojek berkumpul untuk menunggu penumpang serta tempat (ruang) untuk mewedahi aktivitas tukang ojek sehari-hari.

Persaingan menurut Prakoso dalam jurnalnya dengan judul Persaingan antar Drasgter di dalam Komunitas SDC 201M (2015), persaingan merupakan sebuah realitas yang mana telah terjadi di sekitar masyarakat dan suatu kelompok serta menimbulkan macam-macam reaksi pada masyarakat yang melihat realitas tersebut. Persaingan dilihat mampu membawa bermacam-macam reaksi pada masyarakat bersangkutan.

Persaingan dalam dunia usaha adalah wajar adanya, bahkan dapat dikatakan persaingan dalam dunia usaha itu merupakan *conditio sine qua non* atau persyaratan mutlak bagi terselenggaranya ekonomi pasar, walaupun diakui bahwa adakalanya persaingan usaha itu sehat dan dapat juga tidak sehat (Nugroho, 2012: 3). Berdasarkan penjelasan di atas dapat diartikan bahwa dalam sebuah kegiatan usaha para produsen berlomba menarik konsumen untuk tertarik pada produk yang ditawarkan oleh produsen, yang dapat dilakukan baik dengan

cara-cara yang sehat maupun dengan cara-cara yang tidak sehat.

Sebagaimana yang dilakukan oleh ojek konvensional dan ojek *online* dalam persaingannya mendapatkan konsumen. Kemudahan-kemudahan yang ditawarkan ojek *online* sebagai salah satu penyebab beralihnya penggunaan ojek konvensional dapat memicu persaingan diantara ojek *online* dengan ojek konvensional. Kemudahan yang ditawarkan menjadi daya saing bagi kedua jenis ojek tersebut. Di mana kedua jenis ojek tersebut harus berada dalam pusran persaingan usaha, yang memicu kreativitas dan perlakuan berbeda dari ojek konvensional dengan dihadapkannya pada penawaran-penawaran yang ditawarkan ojek *online* kepada konsumen.

Adapun disrupsi menurut Kasali (2017) diartikan sebagai sebuah inovasi yang mana Inovasi tersebut akan menggantikan seluruh sistem lama dengan cara-cara baru, disrupsi ini berpotensi menggantikan pemain-pemain lama dengan yang baru. Kemudian disrupsi menurut Christensen dalam Wynchent Halim (2017) mengenai teorinya tentang '*theory of disruptive innovation*' menyatakan bahwa inovasi yang mengganggu dapat mematikan dominasi pangsa pasar yang telah ada sebelumnya. Kedatangan inovasi baru dilihat sebagai sesuatu yang mengganggu bagi kelangsungan pasar yang sudah terjalin sejak lama. Inovasi menawarkan kemudahan dan keterjangkauan bagi konsumen, bukan tidak mungkin inovasi baru melahirkan persaingan antara pelaku usaha lama dengan pelaku usaha baru, dalam.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa latar belakang terjadinya persaingan antara ojek *online* dengan ojek konvensional di Stasiun Lempuyangan dipicu oleh berkurangnya pendapatan harian dari tukang ojek konvensional. Apabila sebelum adanya ojek *online*, ojek konvensional dapat dipastikan setiap harinya bisa membawa uang sebagai hasil mengojek bisa Rp 100.000,00 sampai Rp 150.000,00, namun sejak beroperasinya ojek *online* di Yogyakarta khususnya di Stasiun Lempuyangan menjadikan pendapatan ojek konvensional mengalami penurunan secara drastis bahkan dalam sehari

bisa tidak mendapatkan penumpang sama sekali. Di lain sisi, ojek *online* berdasarkan wawancara dengan salah satu driver mengatakan bahwa pendapatan mengojek *online* di Lempuyangan dalam satu hari dapat membawa pulang uang sebanyak Rp 150.000,00 sampai Rp 200.000,00.

Perbedaan harga antara ojek *online* dengan ojek konvensional bagi konsumen akan sangat berpengaruh, pada hakikatnya manusia akan lebih memilih hal-hal yang memberi keuntungan bagi dirinya. Sebagaimana tarif transportasi, sehingga tidak sedikit penumpang kereta di Stasiun Lempuyangan mulai beralih menggunakan jasa transportasi *online* seperti ojek *online*. Faktor lain persaingan di Stasiun Lempuyangan tetap terjadi juga dipicu akibat banyaknya ojek *online* yang melanggar peraturan yang telah dibuat sebelumnya. Khususnya pada ojek *online* yang baru. Berikut adalah bentuk persaingan yang terjadi antara ojek *online* dengan ojek konvensional di Stasiun Lempuyangan:

Perbedaan harga terutama tarif ojek *online* banyak dikeluhkan oleh ojek konvensional, FT selaku driver ojek *online*, mengemukakan bahwa tarif atau ongkos per kilo pada ojek *online* sebesar Rp 2.000,00. Hal ini tentu berbeda jauh dari pada ojek konvensional. Kondisi tersebut kemudian memicu persaingan bagi pihak ojek konvensional untuk menyesuaikan harga atau tarif dengan harga yang dipatok oleh ojek *online*, hal ini digunakan sebagai cara untuk ojek konvensional tetap mendapatkan penumpang meski bayaran yang didapat tidak sebesar dulu sebelum munculnya ojek *online* khususnya di Yogyakarta dan Stasiun Lempuyangan.

Keresahan perbedaan harga yang drastis antara ojek *online* dengan ojek konvensional banyak dikeluhkan oleh tukang ojek konvensional, perbedaan harga yang drastis menjadi salah satu hal yang menarik konsumen untuk beralih menggunakan ojek *online*, meski pada ojek konvensional penetapan harga disepakati dengan tawar menawar, tetap ada range tarif yang dikenakan, misalnya dari Stasiun Lempuyangan menuju ke Universitas Negeri Yogyakarta sebesar Rp 10.000,00 sampai dengan Rp 15.000,00 namun apabila menggunakan ojek *online* tarif dengan lokasi

yang sama hanya mencapai angka Rp 6.000,00 sampai Rp 7.000,00 Perbedaan harga dikeluhkan oleh hampir semua ojek konvensional di Stasiun Lempuyangan, misalnya oleh HR yang merupakan anggota ojek Postaka;

Perbedaan harga inilah yang kemudian memicu tukang ojek konvensional untuk melakukan perubahan dalam hal mematok harga, agar bisa tetap bertahan di Stasiun Lempuyangan. Hal ini selaras dengan uraian Wolfgang Kasper dalam Priyono (2016) mengenai teori persaingan ekonomi, menurutnya persaingan ekonomi berlangsung di lapangan antara pemasok dan para pembeli, dan biasanya beberapa penjual bersaing untuk menarik tawaran yang menguntungkan dari calon pembeli. Demikian pula, berniat pembeli bersaing untuk mendapatkan penawaran yang baik dari pemasok. Ketika kontrak disimpulkan, pembeli dan penjual hak milik pertukaran yang baik, layanan, atau aset. Semua orang berinteraksi secara sukarela, dimotivasi oleh kepentingan diri sendiri.

Pada ojek *online*, konsumen dapat memesan ojek melalui *gadget* yang dimilikinya, proses pemesanan ojek *online* terjadi antara konsumen dengan tukang ojek *online* yang bersangkutan melalui gadget dari masing-masing pihak. Adapun pada proses mendapatkan penumpang bagi ojek konvensional harus bertatap muka langsung dengan konsumen, dalam hal ini ojek konvensional menawarkan jasa kepada penumpang kereta yang keluar dari stasiun secara langsung. Proses menawarkan jasa ini dilakukan dengan cara menjemput dan menawarkan secara langsung kepada konsumen, baik menanyakan tujuan maupun harga yang biasa diberikan dengan tujuan tertentu.

Fenomena Disrupsi Pada Kemunculan Ojek Online

Kemunculan ojek *online* di Stasiun Lempuyangan bagi pelaku usaha di Stasiun Lempuyangan sudah dianggap mengganggu, hal ini dikarenakan menurunnya pendapatan dari beralihnya konsumen transportasi konvensional di Lempuyangan seperti ojek, becak dan taksi mengalami penurunan drastis dan beralih ke transportasi *online* seperti ojek dan taksi *online*.

Hal ini sesuai dengan teori disrupsi menurut Christensen dalam Wynchent Halim (2017) tentang '*theory of disruptive innovation*' yang menyatakan bahwa inovasi yang mengganggu dapat mematikan dominasi pangsa pasar yang telah ada sebelumnya. Kedatangan inovasi baru dilihat sebagai sesuatu yang mengganggu bagi kelangsungan pasar yang sudah terjalin sejak lama.

Hal tersebut berdampak dengan adanya persaingan antara ojek *online* dengan ojek konvensional di stasiun Lempuyang. Dampak persaingan tersebut antara lain:

1. Menurunnya pendapatan ojek konvensional.
2. Beralihnya ojek konvensional mencari alternatif pekerjaan lain
3. Menurunnya intensitas pertemuan rutin paguyuban ojek konvensional
4. Menimbulkan ketidaksukaan satu sama lain antara ojek *online* dengan ojek konvensional.

Upaya Mengatasi Persaingan Ojek Online Dengan Ojek Konvensional

Adapun upaya dalam mengatasi persaingan antara ojek *online* dengan ojek konvensional sejauh ini dilakukan sendiri oleh pihak ojek konvensional dengan melakukan kesepakatan dengan pihak ojek *online*. Hal ini diharapkan dapat menciptakan persaingan yang sehat diantara sesama tukang ojek di Stasiun Lempuyangan. Peraturan yang dibuat guna mencegah adanya persaingan antara ojek *online* dengan ojek konvensional adalah bahwa ojek *online* hanya boleh mengantar penumpang menuju Stasiun Lempuyangan, sedangkan mengambil penumpang tidak diperbolehkan, kecuali pada dua wilayah yaitu di bawah flyover sebelah timur stasiun dan sebelah pertigaan di bagian barat stasiun.

Dinas Perhubungan kota Yogyakarta belum melakukan upaya konkret untuk mengatasi persaingan yang ada di Yogyakarta. Khususnya antara transportasi *online* dalam hal ini adalah ojek *online* dengan transportasi konvensional dalam hal ini adalah ojek konvensional. Belum adanya Undang-Undang

mengenai peraturan mengenai ojek sebagai angkutan umum hal ini dikarenakan kendaraan roda dua dalam hal ini adalah ojek mempunyai tingkat fatalitas yang terlalu tinggi.

PENUTUP

Berdasarkan penelitian tentang persaingan antara ojek *online* dengan ojek konvensional di Stasiun Lempuyangan makadapat ditarik kesimpulan bahwa, di Stasiun Lempuyangan terdapat persaingan antara ojek *online* dengan ojek konvensional, hal ini merupakan gejala wajar di mana persaingan merupakan hal yang lumrah pada sebuah usaha atau kegiatan ekonomi. Adapun faktor utama persaingan tersebut adalah perbedaan signifikan antara ojek *online* dengan ojek konvensional, baik dalam harga maupun dalam proses pemesanan ojek. Harga yang jauh berbeda dan proses pemesanan yang dapat dilakukan menggunakan *gadget* pribadi akan sangat mempengaruhi daya tarik konsumen, kemudian hal ini berimbas langsung pada penurunan pendapatan yang dialami oleh ojek konvensional di Lempuyangan, terhitung sejak adanya ojek *online* mulai beroperasi di Yogyakarta, khususnya di Stasiun Lempuyangan.

Persaingan yang terjadi dapat diidentifikasi ke dalam dua bentuk persaingan, (1) persaingan harga, (2) persaingan dalam mendapatkan konsumen. Adapun dampak adanya persaingan antara ojek *online* dengan ojek konvensional tiga bentuk (1) menurunnya pendapatan ojek konvensional, (2) beberapa tukang ojek konvensional mulai mencari alternatif pekerjaan lain, (3) berkurangnya rutinitas pertemuan paguyuban ojek konvensional di Lempuyangan dan, (4) menimbulkan ketidaksukaan satu sama lain antara ojek *online* dengan ojek konvensional.

Upaya yang sudah dilakukan berupa adanya peraturan yang membatasi lokasi penjemputan bagi ojek *online* di Stasiun Lempuyangan. Adapun lokasi yang boleh digunakan untuk menjemput penumpang di stasiun adalah 200 meter baik ke arah kanan maupun kiri stasiun, masing-masing lokasi tersebut adalah sebelah timur tepat di bawah *flyover* Lempuyangan, dan bagian barat berada di

barat pertigaan Stasiun Lempuyangan, apabila terdapat ojek *online* yang melanggar peraturan maka sebagai sanksi helm dari ojek *online* bersangkutan akan diambil pihak ojek konvensional, dan boleh diambil apabila *driver* tersebut juga mengajak serta pengurus ojek *online* untuk mengambil helm tersebut.

Adapun dari pihak pemerintah, dalam hal ini adalah Dinas Perhubungan Daerah Istimewa Yogyakarta, masih belum melakukan tindakan kongkrit terkait upaya menghadapi persaingan antara ojek *online* dengan ojek konvensional. Sejauh ini baru sampai pada tahap gagasan mengenai peraturan daerah tentang transportasi roda dua sebagai angkutan umum. Meski begitu pihak berwenang seperti polisi memberikan perhatian, berupa pengawasan yang dilakukan oleh kepolisian Danurejan.

DAFTAR RUJUKAN

- Amajida, Fania Darma. (2016). Kreativitas Digital Dalam Masyarakat Risiko Perkotaan: Studi Tentang Ojek *Online* "GoJek" Di Jakarta. *Jurnal Informasi Kajian Ilmu Komunikasi*. Vol 48 no 1: 115-128.
- Anindhita, Arisanty, dan Rahmawati. (2016). Analisis Penerapan Teknologi Komunikasi Tepat Guna Pada Bisnis Transportasi Ojek *Online*. *Proceeding Seminar Nasional Indocompac*. Universitas Bakrie.
- Halim, Wyncent. (2017). Pengaturan Sharing Ekonomi dalam Bentuk Taksi Daring melalui Penyesuaian Regulasi Terkait Transportasi Darat di Indonesia. *Karya Tulis Ilmiah*. Yogyakarta. Universitas Gajah Mada.
- Kasali, Rhenald. (2017). *Disruption*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Legowo, M. (n.d.). (2016). Rasionalitas Ojek Konvensional dalam Mempertahankan Eksistensi di Tengah Adanya Gojek di Kota Surabaya. *Paradigma*. Vol 4 no 3. Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum Universitas Negeri Surabaya.
- Nugroho, Susanti A. (2012). *Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Priyono & Zainuddin. (2016). *Teori Ekonomi*. Taman Sidoarjo: Zifatama Publisher.

Soekanto, Soerjono. (2012). *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.