

Analisis Determinasi Pendapatan Mitra Gojek Di Kota Metro

Dinda Kurnia Saputri¹, Durotun Nasikah²

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Metro

e-mail: dindakurniasaputri2@gmail.com

email: durotunnasika82@gmail.com

ABSTRACT

Semakin banyaknya penyedia jasa transportasi online saat ini selain membuka peluang usaha bagi mereka yang belum mendapatkan pekerjaan namun juga berdampak terhadap pendapatan dari mitra akibat semakin mengecilnya market share antar mitra ojek online dimana hal tersebut terkait dengan jumlah pekerjaan yang dapat mereka selesaikan serta ditambah lagi dengan adanya perbedaan jam kerja, tarif, insentif dan keberadaan competitor yang semakin banyak. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis determinan pendapatan Mitra Gojek di Kota Metro. Desain penelitian adalah penelitian kuantitatif atau penelitian verifikatif. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode explanatory survey. Objek dalam penelitian ini adalah jam kerja, tarif, insentif, competitor dan pendapatan mitra gojek. Kegiatan penelitian ini dilakukan di Kota Metro. Jumlah sampel yang diambil sebanyak 96 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuisioner. Alat analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan secara partial jam kerja, insentif dan kompetitor berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan mitra Gojek, sedangkan tarif tidak berpengaruh terhadap pendapatan mitra Gojek. Secara simultan Jam kerja, tarif, insentif dan kompetitor secara simultan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap pendapatan mitra Gojek. Berdasarkan angka koefisiensi dan nilai thitung dapat diketahui bahwa faktor yang paling berpengaruh terhadap pendapatan mitra gojek adalah faktor insentif.

Kata kunci: jam kerja, besaran tarif, insentif, kompetitor, pendapatan mitra Gojek

ABSTRACT

The increasing number of online transportation service providers at this time apart from opening business opportunities for those who have not got a job but also having an impact on income from partners due to the decreasing market share between online motorcycle taxi partners where this is related to the amount of work they can complete and added more to the existence of differences in working hours, tariffs, incentives and the presence of more competitors. The purpose of this study was to analyze the determinants of Gojek Partners' income in Metro City. The research design is quantitative research or verification research. The method used in this research is explanatory survey method. Objects in this study are working hours, rates, incentives, competitors and income of Gojek partners. This research activity was carried out in Metro City. Total sample of 96 respondents. The data collection

technique used a questionnaire. The analytical tool used is multiple linear regression analysis. The results showed that partially working hours, incentives and competitors had a positive and significant effect on Gojek partners' income, while tariffs had no effect on Gojek partners' income. Simultaneously working hours, rates, incentives and competitors simultaneously have a positive and significant effect on Gojek partner income. Based on the coefficient number and the tcount value, it can be seen that the factor that most influences the income of Gojek partners is the incentive factor.

Keywords: working hours, tariff rates, incentives, competitors, Gojek partner income

PENDAHULUAN

Saat ini perkembangan penyediaan jasa transportasi online sangat pesat menggantikan jasa transportasi umum yang keberadaannya semakin berkurang di masyarakat. Hal ini juga terjadi di Kota Metro dimana keberadaan transportasi umum yang ada seperti angkot sudah mulai menghilang untuk beberapa jalur tertentu. Menghilangkannya eksistensi angkot tersebut sesuai dengan perkembangan zaman dimana konsumen merasa penggunaan Angkor menjadi kurang efisien dimana mereka harus menunggu dan tidak langsung sampai ketempat yang dituju.

Perkembangan dari adanya transportasi online tersebut juga membuka peluang kerja bagi masyarakat untuk turut mengambil andil sebagai mitra dari penyedia jasa transportasi online tersebut sebagai driver atau yang lebih dikenal sebagai mitra usaha, salah satunya yaitu PT. Gojek yang juga sudah melebarkan sayapnya sampai dengan di Kota Metro dan penggunaannya juga terus berkembang seiring dengan kemajuan teknologi saat ini.

Tingginya minat pengguna jasa ojek online juga mengingatkan bahwa ojek adalah alat transportasi penting bagi penduduk setempat yang sebenarnya sudah tertanam dalam kehidupan sehari-hari sejak lama. Ditambah lagi dengan semakin berkurangnya penyedia jasa transportasi umum, maka keberadaan ojek online semakin dibutuhkan oleh masyarakat, selain itu juga jasa ojek online dinilai memiliki kelebihan yang sangat banyak diantaranya menghindari kemacetan lalu lintas, jarak tempuh yang dapat dipersingkat serta diantarkan sampai dengan tempat yang benar-benar dituju, selain menyediakan jasa ojek, mereka juga dapat melakukan pengiriman barang, membantu berbelanja, dan membeli dan mengantarkan makanan yang dipesan melalui aplikasi di smartphone.

Gojek merupakan platform yang telah mempelajari kebutuhan sosial pada transportasi umum masyarakat dimana menghubungkan konsumen dengan driver melalui kepintaran Teknologi Smartphone yang memiliki risiko keamanan yang kecil karena dapat dilacak menggunakan GPS melalui aplikasi. Gojek telah menjadi angkutan umum favorit bagi masyarakat karena Gojek menggunakan aplikasi yang dapat mempermudah konsumen dalam menggunakan jasanya. Disamping itu, PT GO-JEK juga dapat memberikan beberapa layanan jasa, seperti: go-ride (antar-jemput), go-food (pesan makanan), go-mart (belanja barang), go-glam (jasa kecantikan), go-clean (home service), go-box (cargo), go-send (kurir barang), go-massage (pijat). Gojek juga merupakan transportasi yang fleksibel karena Gojek menggunakan sepeda motor yang lebih mudah dan cepat serta lebih efisien.

Semakin banyaknya penyedia jasa transportasi online saat ini selain membuka peluang usaha bagi mereka yang belum mendapatkan pekerjaan namun juga berdampak terhadap semakin mengecilkan market share antar mitra atau driver dari ojek online. Banyaknya driver online menjadikan mereka harus berbagi jumlah konsumen terutama di Kota Metro yang wilayahnya tidak terlalu luas, sehingga jumlah konsumen juga terbatas dan mereka harus bersaing satu sama lain untuk mendapatkan orderan dari konsumen.

Hal tersebut tentu saja berdampak terhadap pendapatan dari driver online yang ada. Seperti halnya pada driver ojek online yang bermitra dengan PT. Gojek, dimana mereka juga merasa bahwa saat ini pendapatan mereka yang semakin berkurang karena semakin banyaknya driver online yang ada, sehingga persaingan untuk mendapatkan pelanggan semakin ketat, selain itu juga untuk mendapatkan pendapatan yang sesuai dengan yang mereka targetkan, mereka harus menambah jam kerja setiap harinya sampai dengan larut malam. Hal lain yang juga dikeluhkan oleh mitra Gojek adalah tergantungnya pendapatan yang diperoleh oleh mitra Gojek berdasarkan lamanya mereka bekerja menunggu order sampai dengan di luar jam kerja yang umumnya, adanya penyesuaian tarif oleh PT. Gojek yang membuat minat dari para pengguna semakin menurun karena adanya kenaikan harga untuk setiap tripnya serta adanya ketentuan dari perolehan insentif dari PT. Gojek yang mengharuskan para mitra menjadi lebih terbebani dengan aturan tersebut untuk mencapai jumlah bonus sesuai dengan yang mereka targetkan.

Kondisi tersebut diperparah dengan kondisi saat ini dengan adanya wabah Covid-19 yang turut mempengaruhi pendapatan dari mitra ojek online dalam hal ini juga termasuk mitra Gojek. Menurut hasil analisis atas laporan penelitian survey yang dilakukan oleh Lembaga Demografi mengenai gambaran singkat mengenai dampak sosial-ekonomi pada pekerja mandiri (independent contractors), dengan melihat studi kasus pada mitra roda dua (GoRide) dan roda empat (GoCar) Gojek dengan hasil pandemi Covid-19 berdampak buruk pada pekerja mandiri dalam Sharing Economy yang bergantung pada sistem kerja berdasarkan permintaan. Dengan adanya peraturan PSBB yang melarang mengangkut penumpang maka sumber penghasilan utama mitra pengemudi hilang, dampak ekonomi pandemi Covid-19 pada mitra pengemudi Gojek memiliki efek amplifikasi karena hampir semua berkeluarga, memiliki tanggungan dan tidak memiliki sumber penghasilan lain. Pendapatan Mitra Gojek untuk saat ini sangat bervariasi karena jumlahnya berbeda untuk setiap orangnya dimana hal tersebut terkait dengan jumlah pekerjaan yang mereka selesaikan serta ditambah lagi dengan adanya perbedaan jam kerja, tarif, insentif dan keberadaan competitor yang semakin banyak, sehingga beberapa faktor tersebut menarik untuk diteliti pengaruhnya terhadap pendapatan mitra Gojek yang beragam.

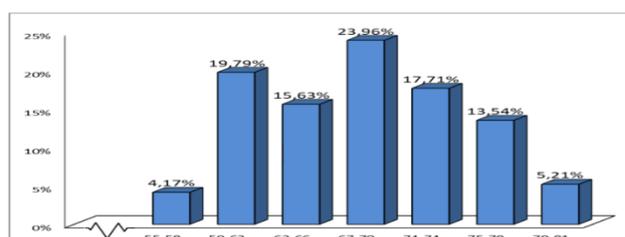
METODE PENELITIAN

Jenis penelitian adalah penelitian analisis kuantitatif dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Penelitian analitik kuantitatif adalah penelitian dengan memperoleh data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan. Penelitian dilaksanakan di Kota Metro. Anggota populasi adalah mitra gojek di Kota Metro yang diambil sebagai sampel sebanyak 96 orang. Dalam penelitian ini sampel diambil dengan tehnik *accidental sampling*. Instrumen dalam penelitian ini menggunakan kuisisioner. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas pengujian persyaratan instrumen, pengujian persyaratan analisis regresi dan uji hipotesis menggunakan program SPSS.

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Jam Kerja

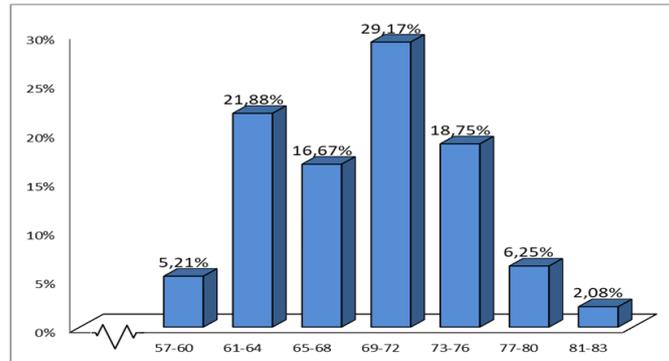
Sebaran frekuensi skor variabel Jam kerja dengan hasil tertinggi terletak pada skor 67-70 sebesar 23 responden (23,96%). Digambarkan dalam bentuk diagram dibawah ini:



Gambar 1. Diagram Skor Variabel Jam kerja

b. Besaran tarif

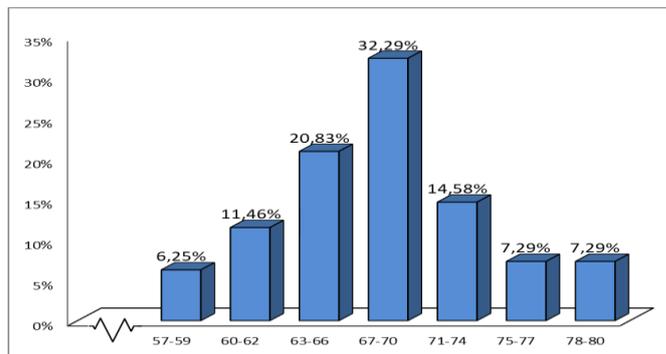
Sebaran frekuensi skor variabel Besaran tarif dengan hasil tertinggi terletak pada skor 69-72 sebesar 28 responden (29,17%).



Gambar 2. Diagram Skor Variabel Tarif

c. Insentif

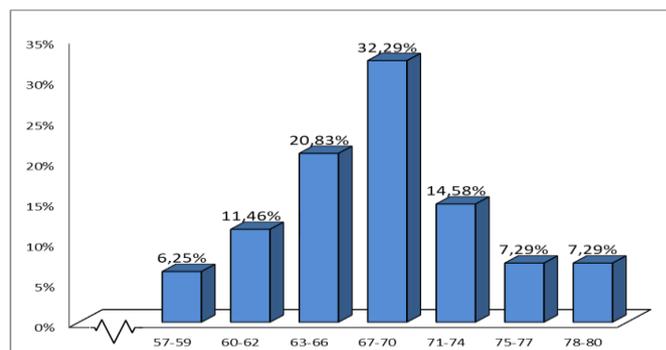
Sebaran frekuensi skor variabel Insentif dengan hasil tertinggi terletak pada skor 67-70 sebesar 31 responden (32,29%).



Gambar 3. Diagram Skor Variabel Insentif

d. Kompetitor

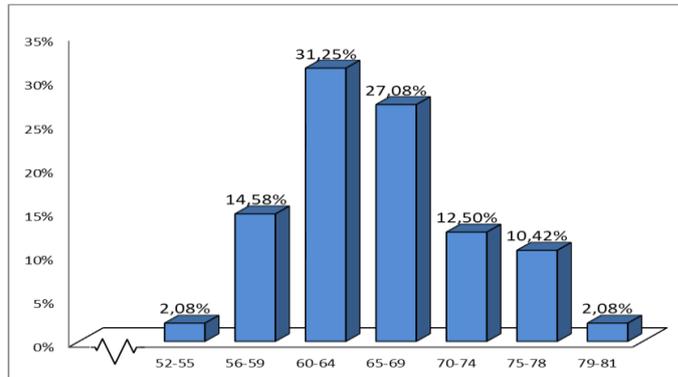
Sebaran frekuensi skor variabel kompetitor dengan hasil tertinggi terletak pada skor 69-72 sebesar 26 responden (27,08%).



Gambar 4. Diagram Skor Variabel Kompetitor

e. Pendapatan Mitra Gojek

Sebaran frekuensi skor variabel pendapatan mitra gojek dengan hasil tertinggi terletak pada skor 60-64 sebesar 30 responden (31,25%).



Gambar 3. Diagram Skor Variabel Kompetitor

Uji Regresi Linear Berganda

Regresi berganda merupakan model regresi berganda yang variabel terikatnya merupakan fungsi linier dari dua variabel bebas atau variabel penjelas, model regresi berganda (*Multiple regression model*) untuk tiga variabel dapat dinyatakan model regresinya sebagai berikut:

Tabel 1. Uji Regresi Linier Berganda

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-8,226	4,094		-2,009	,047
	Jam Kerja	,249	,107	,231	2,325	,022
	Tarif	-,134	,260	-,110	-,515	,608
	Insentif	,429	,107	,361	4,029	,000
	Kompetitor	,537	,220	,484	2,433	,017

a. Dependent Variable: Pendapatan Mitra

Dengan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = -8,226 + 0,249 X_1 - 0,134 X_2 + 0,429 X_3 + 0,537 X_4$$

Dari persamaan tersebut dapat dijabarkan:

- 1) Nilai konstanta (a) yang bernilai - 8,226 yang menunjukkan bahwa jika tidak dipengaruhi oleh variabel bebas X_1 , X_2 , X_3 dan X_4 , maka besar nilai Y sebesar -8,226.
- 2) Koefisien regresi jam kerja (X_1) adalah 0,249 yang menunjukkan jika jam kerja (X_1) terdapat kenaikan 1%, maka pendapatan mitra Gojek akan mengalami kenaikan sebesar 0,249 dengan asumsi variabel lain tetap, koefisien yang bernilai positif menunjukkan jam kerja berpengaruh positif terhadap pendapatan mitra Gojek.
- 3) Koefisien regresi besaran tarif (X_2) adalah -0,134 yang menunjukkan jika besaran tarif terdapat kenaikan 1%, maka pendapatan mitra Gojek akan mengalami penurunan sebesar

0,134, koefisien bernilai positif menunjukkan besaran tarif berpengaruh negatif terhadap pendapatan mitra Gojek.

- 4) Koefisien regresi insentif (X_3) adalah 0,429 yang menunjukkan jika insentif terdapat kenaikan 1%, maka pendapatan mitra Gojek akan mengalami kenaikan sebesar 0,429, koefisien bernilai positif menunjukkan insentif berpengaruh positif terhadap pendapatan mitra Gojek.
- 5) Koefisien regresi kompetitor (X_4) adalah 0,537 yang menunjukkan jika insentif terdapat kenaikan 1%, maka pendapatan mitra Gojek akan mengalami kenaikan sebesar 0,537, koefisien bernilai positif menunjukkan kompetitor berpengaruh positif terhadap pendapatan mitra Gojek.

Uji t

1) Jam kerja (X_1) terhadap pendapatan mitra Gojek (Y)

Berdasarkan hasil nilai t_{hitung} (2,325) > t_{tabel} (1,990), dan nilai Sig. 0,022 < 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa jam kerja berpengaruh positif signifikan terhadap pendapatan mitra Gojek.

2) Besaran tarif (X_2) terhadap Pendapatan mitra Gojek (Y)

Berdasarkan hasil nilai t_{hitung} -0,515 < t_{tabel} (1,990), dan nilai Sig. 0,608 < 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa besaran tarif tidak berpengaruh terhadap pendapatan mitra Gojek.

3) Insentif (X_3) terhadap Pendapatan mitra Gojek (Y)

Berdasarkan hasil nilai t_{hitung} 4,029 > t_{tabel} (1,990), dan nilai Sig. 0,000 < 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa insentif berpengaruh positif signifikan terhadap pendapatan mitra Gojek.

4) Kompetitor (X_4) terhadap Pendapatan mitra Gojek (Y)

Berdasarkan hasil nilai t_{hitung} 2,433 > t_{tabel} (1,990), dan nilai Sig. 0,017 < 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa insentif berpengaruh positif signifikan terhadap pendapatan mitra Gojek.

Uji F

Tabel 2. Tabel Anova Uji F

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3449,516	4	862,379	96,120	,000 ^b
	Residual	816,442	91	8,972		
	Total	4265,958	95			

a. Dependent Variable: Pendapatan Mitra

b. Predictors: (Constant), Kompetitor, Insentif, Jam Kerja, Tarif

Nilai F_{hitung} 96,120 > F_{tabel} (2,472) dan nilai Sig 0,000 < 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa Jam kerja (X_1), besaran tarif (X_2), insentif (X_3) dan kompetitor (X_4) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap pendapatan mitra Gojek (Y), atau H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti jam kerja (X_1), besaran tarif (X_2) insentif (X_3) dan kompetitor (X_4) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap pendapatan mitra Gojek (Y).

R² Determinasi

Tabel 3. Tabel Hasil R² Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,899 ^a	,809	,800	2,995

a. Predictors: (Constant), Kompetitor, Insentif, Jam Kerja, Tarif

Koefisien determinasi (R square) 0,809. Hal ini berarti 80,9% variasi dari variabel Y dijelaskan oleh variasi dari k(X₁,X₂,X₃,X₄). Sedangkan sisanya (100% - 80,9% = 19,2%) dipengaruhi oleh variabel lain di luar variabel jam kerja, besaran tarif, insentif dan kompetitor, yang artinya variabel X (Jam kerja, besaran tarif, insentif dan kompetitor) mempunyai kontribusi sebesar 80,9% terhadap pendapatan mitra Gojek (Y).

PEMBAHASAN

Jam kerja (X1) terhadap Pendapatan mitra Gojek (Y)

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan diperoleh hasil ada pengaruh jam kerja terhadap pendapatan mitra Gojek. Koefisien yang dihasilkan bertanda positif yang menyatakan bahwa adanya pengaruh yang positif jam kerja dengan pendapatan mitra gojek. Hal ini berarti jika jam kerja semakin lama, maka akan meningkatkan pendapatan mitra Gojek. Hal ini sesuai dengan hipotesis yang menyatakan jam kerja memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan mitra Gojek.

Jam kerja berpengaruh terhadap pendapatan mitra Gojek dimana jam kerja jumlah waktu yang dialokasikan untuk melakukan pekerjaan, dapat dilaksanakan siang hari dan atau malam hari. Dengan demikian semakin lama mitra membuka aplikasi untuk menerima konsumen, maka peluang untuk mendapatkan order semakin banyak dengan kata lain maka pendapatan mitra akan semakin tinggi berdasarkan order yang masuk ke aplikasi mereka.

Temuan ini sesuai dengan hasil penelitian terdahulu oleh Giri, Putu Citrayani (2018) dengan judul Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Driver GO-JEK di Kota Denpasar, Bali dengan hasil bahwa jam kerja berpengaruh positif signifikan terhadap pendapatan mitra Gojek.

Besaran tarif (X2) terhadap Pendapatan mitra Gojek (Y)

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan diperoleh hasil tidak ada pengaruh tarif terhadap pendapatan mitra Gojek. Koefisien yang dihasilkan bertanda negatif yang menyatakan bahwa adanya pengaruh negatif insentif terhadap pendapatan mitra gojek. Hal ini berarti jika tarif dinaikkan maka pendapatan mitra gojek justru akan menurunkan pendapatan mitra Gojek, dimana untuk perusahaan penyedia jasa faktor tarif menjadi pertimbangan konsumen dalam memilih jasa transportasi online. Dari hasil tersebut maka indikator dari tarif yaitu besarnya tarif, kesesuaian tarif dengan jasa yang diberikan, dan kesesuaian tarif dengan pesaing justru memberikan dampak negatif terhadap pendapatan dari mitra gojek. Hal ini menyebabkan hipotesis yang diajukan di tolak karena ternyata tarif tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan mitra Gojek.

Tarif merupakan harga jasa angkutan yang harus dibayar oleh pengguna jasa baik melalui mekanisme aplikasi, tawar menawar, maupun kesepakatan bersama. Dalam usaha transportasi online tarif memang memberikan pengaruh yang negatif, dimana jika penyedia jasa menaikkan tarif, maka konsumen akan cenderung beralih ke penyedia jasa lain yang memberikan tarif yang lebih murah. Dengan demikian semakin tinggi tarif maka akan mempengaruhi pendapatan mitra menjadi semakin berkurang.

Temuan ini sesuai dengan hasil penelitian terdahulu oleh Dharma, Budi (2019) dengan judul Determinan Pendapatan Mitra Taxi Daring (Studi Kasus Mitra Gocar Area Medan) dengan hasil bahwa tarif tidak berpengaruh signifikan atau memiliki pengaruh yang negatif terhadap pendapatan mitra Gojek.

Insentif (X3) terhadap Pendapatan mitra Gojek (Y)

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan diperoleh hasil ada pengaruh insentif terhadap pendapatan mitra Gojek. Koefisien yang dihasilkan bertanda positif yang menyatakan bahwa adanya pengaruh yang positif insentif dengan pendapatan mitra gojek. Hal ini berarti jika insentif semakin tinggi, maka akan meningkatkan pendapatan mitra Gojek. Hal ini sesuai dengan hipotesis yang menyatakan bahwa intensif memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan mitra Gojek.

Insentif berpengaruh terhadap pendapatan mitra Gojek dimana insentif merupakan pendapatan (dapat berupa uang, barang, dan sebagainya) dengan tujuan menambah semangat kerja karyawan. Dengan demikian tinggi insentif yang diperoleh oleh mitra Gojek, maka akan menambah pendapatan mitra Gojek. Insentif diperoleh mitra Gojek biasanya tergantung dari jumlah order yang dapat diselesaikan oleh mitra, semakin besar jumlah order yang diselesaikan, maka jumlah insentif yang akan diperoleh mitra akan semakin tinggi pula sehingga hal ini yang menjelaskan bahwa semakin tinggi insentif maka akan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan mitra Gojek.

Temuan ini sesuai dengan hasil penelitian terdahulu oleh Adelina, Annisa (2018) dengan judul Analisis Determinan Pendapatan Mitra Go-jek di Kota Bandar Lampung dengan hasil bahwa jumlah point atau insentif berpengaruh positif signifikan terhadap pendapatan mitra Gojek.

Kompetitor (X4) terhadap Pendapatan mitra Gojek (Y)

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan diperoleh hasil ada pengaruh kompetitor terhadap pendapatan mitra Gojek. Koefisien yang dihasilkan bertanda positif yang menyatakan bahwa adanya pengaruh yang positif kompetitor dengan pendapatan mitra gojek. Hal ini berarti keberadaan kompetitor akan mempengaruhi pendapatan mitra Gojek karena harus berbagai jumlah konsumen yang pertumbuhannya tidak berkembang begitu pesat. Hal ini sesuai dengan hipotesis yang menyatakan bahwa kompetitor memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan mitra Gojek.

Kompetitor berpengaruh terhadap pendapatan mitra Gojek dimana kompetitor merupakan orang-orang yang saling berusaha bergiat memperoleh pelanggan dengan melakukan upaya-upaya tertentu. Kompetitor berkaitan dengan pendapatan Mitra Gojek dimana semakin banyak driver ojek online yang lain akan membuat persaingan semakin ketat dan memperkecil peluang Mitra Gojek untuk memperoleh konsumen yang tentu saja hal ini akan mempengaruhi pendapatan dari Mitra Gojek itu sendiri. Persaingan disini tidak hanya dari perusahaan lain juga dari sesama Mitra Gojek itu sendiri mengingat jasa ini terkait dengan banyak tidaknya permintaan dari konsumen serta jarak antara Mitra Gojek dengan konsumen yang memesan.

Temuan ini sesuai dengan hasil penelitian terdahulu oleh Hasil penelitian Wahyudi, Mohamad Eko (2018) dengan judul Analisis Permintaan Transportasi Ojek Online di Surabaya dengan hasil ada pengaruh kompetitor dengan pendapatan mitra Gojek.

KESIMPULAN

1. Jam kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan mitra Gojek.
2. Tarif tidak berpengaruh terhadap pendapatan mitra Gojek..
3. Insentif berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan mitra Gojek..

4. Kompetitor berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan mitra Gojek.
5. Jam kerja, tarif, insentif dan kompetitor secara simultan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap pendapatan mitra Gojek..

SARAN

Berdasarkan kesimpulan, maka disarankan kepada pihak SKPD Kota Metro untuk:

1. Bagi pihak PT. Gojek Indonesia untuk dapat meningkatkan kembali insentif yang dapat diperoleh oleh para mitra Gojek sehingga dapat meningkatkan pendapatan dari mitra dan meningkatkan semangat kerjanya.
2. Dari segi jam kerja diharapkan para mitra untuk dapat mengatur jam kerjanya dengan memanfaatkan jam-jam sibuk dimana banyak konsumen yang memerlukan jasa Gojek sehingga pendapatannya juga dapat meningkat.
3. Dari segi tarif, diharapkan untuk dapat memberikan tarif yang bersaing sehingga para mitra tidak kalah bersaing dengan jasa transportasi online lain yang memiliki tarif lebih murah dibandingkan Gojek.
4. Dari segi kompetitor diharapkan para mitra untuk dapat meningkatkan pelayanannya sehingga mereka dapat bersaing dengan kompetitor lain dan konsumen akan lebih memilih Gojek sebagai jasa transportasi onlinennya.
5. Dari keseluruhan hasil tersebut maka pihak PT Gojek diharapkan dapat memberikan ketentuan insentif dan tarif yang bersaing dengan kompetitor yang ada sehingga mitra dapat mememangkan persaingan dan meningkatkan pendapatan mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Adelina, Annisa, (2018), Analisis Determinan Pendapatan Mitra Go-jek di Kota Bandar Lampung, Skripsi, Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung, <http://digilib.unila.ac.id/37322/>.
- Cahyadi, Deddy, (2017), Analisis faktor-faktor yang Mempengaruhi pendapatan driver ojek Online (Studi Pada Go-Jek Malang), Jurnal Ilmiah, Jurusan Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang.
- Dharma, Budi, (2019), Determinan Pendapatan Mitra Taxi Daring (Studi Kasus Mitra Gocar Area Medan, Tesis Magister, Repositori Institusi USU, Universitas Sumatera Utara, <http://repositori.usu.ac.id/handle/123456789/14604>
- Giri, Putu Citrayani, (2018), Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Driver GO-JEK di Kota Denpasar Bali, E-Jurnal Ekonomi Pembangunan VOL. 6, NO. 6, JUNI 2017 (PP. 920 - 1156).
- Wahyudi, Mohamad Eko, (2018), Analisis Permintaan Transportasi Ojek Online di Surabaya, Jurnal Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. <http://repository.untag-sby.ac.id/1034/10/JURNAL.pdf>.
- Zhairina, Siti Aisyah, (2017), Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Driver Go-Ride di Kota Bandung, Thesis, Perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unpas Bandung..
- Agus Sartono, (2016), Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi. Yogyakarta : BPFE Yogyakarta.

- Bambang Riyanto. (2013). *Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan*. Edisi. Keempat. BPFE-Yogyakarta.
- Budiono. (2012). *Pengantar Ekonomi*. Jakarta : Erlangga
- Idfebui, (2020), *Pengalaman Mitra Driver Gojek Selama Pandemi COVID-19*, Lembaga Demografi Fakultas ekonomi Universitas Indonesia Jakarta.
- Kamaluddin, (2013). *Ekonomi Transportasi: Karakteristik,Teori dan Kebijakan*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Kasmir. 2014. *Analisis Laporan Keuangan*. Rajawali Pers. Jakarta.
- Komaruddin, (2016), *Ensiklopedia Manajemen*, Jakarta: Penerbit Bumi Aksara.
- Kotler, P & Armstrong, Gary. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran Edisi Ke Enam Belas jilid 1 dan 2 dialih bahasakan oleh Bob Sabran*, Jakarta: Erlangga.
- Hasibuan (2015). *Dasar-dasar Organisasi dan Manajemen*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Sukirno, Sadono. (2010). *Mikro Ekonomi Teori Pengantar Edisi Ketiga*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Suroto. (2010). *Strategi pembangunan dan Perencanaan Perencanaan Kesempatan Kerja*.Yogyakarta: Gajah Mada
- Swardjoko P.Warpani, (2012), *Pengelolaan Lalu Lintas Dan Angkutan Jalan*, Bandung: ITB.