

Perubahan Skema Insentif Pada PT Grab Dan Gojek: Dampak Terhadap Kepuasan *Driver*

Dina Sarah Syahreza¹, Hilma Harmen², Fahmi Aditiya³, Khairur Rahmah Azjahra⁴, Najha Nawanda Zhufriy⁵, Patricia Wanda Sianturi⁶, Siti Fauziah⁷

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan

dinasarahsyahreza@unimed.ac.id¹, hilmaharmen@unimed.ac.id²,
aditiyafahmi210@gmail.com³, khairurrahmahazzahra@gmail.com⁴,
najhanawanda@gmail.com⁵, patriciawanda21@gmail.com⁶,
sitifauziah3567@gmail.com⁷

ABSTRACT

Incentive changes can have a negative impact on driver satisfaction, leading to feelings of unfair compensation and income uncertainty. These negative consequences can result in a decline in service quality and increased driver turnover. While incentive changes tend to have negative effects, there are also some positive impacts, such as increased earnings for drivers in high-demand areas. Driver satisfaction is crucial for improving driver availability, service quality, platform reputation, and profitability. Therefore, companies need to reconsider their incentive schemes and make appropriate adjustments to improve driver satisfaction. Efforts to enhance driver satisfaction include implementing fair and transparent policies, increasing market demand, educating passengers, developing platform technology, and enhancing driver support. This study employs qualitative methods and secondary data to support the research findings, ensuring the effectiveness and accuracy of the data used.

Keywords: *Incentives, driver satisfaction, incentive changes*

ABSTRAK

Perubahan insentif dapat berdampak negatif terhadap kepuasan driver, menyebabkan driver merasa tidak dihargai secara adil dan mengalami ketidakpastian pendapatan. Dampak negatif tersebut dapat mengakibatkan penurunan kualitas layanan dan peningkatan turnover driver. Walaupun perubahan insentif ini cenderung berdampak negatif, tetapi terdapat juga beberapa dampak positif seperti meningkatnya pendapatan driver yang berada di daerah yang permintaannya tinggi. Kepuasan driver sangat penting untuk meningkatkan ketersediaan driver, kualitas layanan, reputasi platform, dan keuntungan. Oleh karena itu, perusahaan perlu mempertimbangkan kembali skema insentif mereka dan melakukan penyesuaian yang tepat untuk meningkatkan kepuasan driver. Upaya untuk meningkatkan kepuasan driver termasuk membuat kebijakan yang adil dan transparan, meningkatkan permintaan pasar, memberikan edukasi kepada penumpang, mengembangkan teknologi platform, dan meningkatkan dukungan kepada driver. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan data sekunder untuk mendukung temuan penelitian, memastikan efektivitas dan akurasi data yang digunakan.

Kata Kunci: *Insentif, kepuasan driver, perubahan insentif*

PENDAHULUAN

Industri transportasi online di Indonesia mengalami perkembangan pesat dalam beberapa tahun terakhir, ditandai dengan kemunculan platform seperti Grab dan Gojek. Grab adalah salah satu perusahaan transportasi online terbesar yang ada hingga sekarang ini, dimana Grab telah beroperasi di sejumlah Negara di Asia Tenggara, misalnya Negara Singapura, Indonesia, dan Negara Asia lainnya. Grab didirikan pada tahun 2012 oleh seorang pria kelahiran Malaysia bernama Anthony Tan, dan berhasil masuk ke wilayah Indonesia pada pertengahan tahun 2014 lalu. Gojek merupakan sebuah perusahaan teknologi asal Indonesia yang melayani angkutan melalui jasa ojek. Pada saat itu, PT Gojek Indonesia hanya memiliki 20 ojek dan 1 call center saja. Di awal berdirinya, Gojek belum menggunakan aplikasi seperti sekarang ini lalu pada tahun 2015 aplikasi Gojek dibuat. Kedua platform ini menawarkan berbagai layanan transportasi, seperti ojek online baik menggunakan kendaraan beroda dua ataupun empat, layanan pengantaran barang, dan juga layanan pesan-antar makanan. Kehadirannya memberikan alternatif bagi masyarakat yang ingin mendapatkan layanan transportasi yang mudah, cepat, dan terjangkau.

Dibalik kesuksesan kedua perusahaan ini, tingkat kepuasan driver Grab dan Gojek menjadi faktor yang sangat penting dan perlu diperhatikan oleh perusahaan. Kepuasan karyawan yang tinggi dapat meningkatkan kinerja perusahaan, dan kinerja perusahaan yang baik dapat meningkatkan kepuasan karyawan (Dessler, 2015). Dalam hal ini karyawan adalah seorang pengemudi yang melayani konsumen. Pelayanan pengemudi yang baik merupakan investasi penting bagi perusahaan. Jika pengemudi memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen, maka citra perusahaan akan semakin baik di masyarakat. Pelayanan pengemudi yang baik juga akan memberikan pengalaman yang menyenangkan bagi pelanggan, sehingga meningkatkan kepuasan mereka. Pelanggan yang puas cenderung merekomendasikan perusahaan kepada orang lain dan menggunakan layanan perusahaan kembali di masa depan. Oleh karena kinerja perusahaan ditentukan oleh kinerja dan kepuasan karyawan, maka perusahaan harus memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja kepuasan karyawan. Salah satu faktor kunci yang mempengaruhi kepuasan karyawan adalah skema insentif yang ditawarkan oleh Grab dan Gojek kepada para drivernya. Menurut Robbins dan Judge (2013) menyatakan bahwa insentif dapat meningkatkan kepuasan karyawan dengan memberikan rasa pengakuan dan penghargaan atas prestasi mereka. Hal ini akan membuat karyawan merasa lebih dihargai dan dihormati, sehingga meningkatkan loyalitas dan komitmen mereka terhadap perusahaan. Namun, dalam beberapa tahun terakhir, skema insentif ini mengalami beberapa perubahan yang signifikan, yang telah menimbulkan kekhawatiran di antara para driver. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak perubahan skema insentif pada PT Grab dan Gojek terhadap kepuasan driver. Penelitian ini menggunakan data sekunder yang diambil dari hasil penelitian sebelumnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perubahan skema insentif telah berdampak negatif terhadap kepuasan driver. Driver merasa bahwa mereka tidak lagi dihargai secara adil atas kerja keras mereka, dan mereka semakin tidak puas dengan kondisi kerja mereka. Temuan ini memiliki implikasi penting bagi PT Grab dan Gojek.

Perusahaan perlu mempertimbangkan kembali skema insentif mereka dan memastikan bahwa driver diberi insentif yang adil dan sesuai dengan kinerja mereka. Ketidakpuasan driver dapat berakibat pada penurunan kualitas layanan, peningkatan turnover driver, dan kerusakan citra perusahaan.

Pada tahun 2018 PT Grab mengalami perubahan insentif yaitu system Berlian. Semakin banyak berlian yang dikumpulkan, maka semakin tinggi potensi bonus yang didapatkan driver. Sistem ini menuai banyak kritik dari para pengemudi karena dianggap rumit dan tidak transparan. Pada tahun 2020 insentif PT Grab menurun selama pandemi COVID-19, Pandemi COVID-19 berdampak signifikan pada industri transportasi online, termasuk Grab. Pada tahun 2022, PT Grab mengalami peningkatan dalam insentif yang diberikan kepada konsumen dan mitra. Tahun 2023-2024 PT Grab secara bertahap menaikkan kembali insentif untuk menarik minat pengemudi baru dan mempertahankan mitra lama dengan cara mengikuti tren terbaru. Perubahan insentif ini terjadi pada semua wilayah di Indonesia, namun peneliti mengambil data hanya disalah satu wilayah yaitu wilayah Jabodetabek. Perubahan insentif pada PT Grab dikatakan oleh Neneng Goenadi. Menurut Neneng Goenadi, Country Managing Director of Grab Indonesia, menjelaskan bahwa perubahan insentif pada PT Grab adalah bagian dari upaya untuk tetap menawarkan pilihan layanan transportasi yang aman dan terjangkau. Perubahan ini dilakukan untuk memastikan konsumen setia Grab mendapatkan pilihan transportasi yang sesuai dengan kebutuhan mereka.

Perubahan insentif pada PT Gojek terjadi pada tahun 2018, Perubahan insentif dalam kebijakan insentif yang ditetapkan oleh perusahaan Gojek terhadap driver dapat berupa tarif per-kilometer, poin dan bonus yang driver peroleh setelah menyelesaikan pengantaran. Perubahan insentif ini terjadi pada semua wilayah di Indonesia, namun peneliti mengambil data hanya disalah satu wilayah yaitu wilayah Jabodetabek. Perubahan insentif pada PT Gojek mulai diberlakukan pada tahun 2021. Perubahan ini disebabkan merger antara Gojek dan Tokopedia, yang menghasilkan entitas baru yang disebut dengan GoTo pada tanggal 17 Mei 2021. Perubahan insentif pada PT Gojek dikatakan oleh M. Tesar Sandikapura. Menurut Ketua Umum Indonesian Digital Empowering Community (IDIEC) M. Tesar Sandikapura menilai perubahan sistem insentif di Gojek, yang berujung pada ancaman mogok kerja dari mitra driver, disebabkan merger antara Gojek dan Tokopedia. Dia mengatakan buntut dari sebuah merger adalah efisiensi. Dalam kasus GoTo, efisiensi berada di sisi Gojek, karena beban tambahan dari hasil merger.

TINJAUAN LITERATUR

Insentif

Heidjrachman(2010) mendefinisikan insentif adalah tindakan yang memiliki tujuan untuk memberikan upah ataupun gaji yang berbeda, dikarenakan prestasi kerja yang berbeda. Sedangkan menurut Riki Wijaya(2015) mendefinisikan insentif adalah pembayaran tambahan yang diberikan kepada karyawan di atas upah pokoknya, yang didasarkan pada prestasi kerja, kehadiran, atau faktor lainnya. Menurut Mary K. Snell dan Karl E. Latham(1981) insentif adalah suatu intervensi yang

dirancang untuk meningkatkan motivasi dan kinerja karyawan dengan memberikan penghargaan kepada mereka atas pencapaian tertentu. Menurut Indonesian Institute of Human Resources Development (IIHRD) (2013) insentif merupakan upah yang diberikan kepada karyawan di luar gaji pokoknya, yang bertujuan untuk meningkatkan motivasi dan kinerja karyawan.

Insentif didefinisikan sebagai upah tambahan yang diberikan kepada karyawan di luar gaji pokoknya, yang bertujuan untuk meningkatkan motivasi, kinerja, dan prestasi kerja karyawan. Insentif berbeda dengan gaji pokok, yang merupakan hak dasar karyawan atas pekerjaannya. Gaji pokok dihitung berdasarkan jam kerja, posisi, dan kualifikasi karyawan.

Sedangkan insentif diberikan berdasarkan pencapaian tertentu, seperti:

- Prestasi kerja: Bonus untuk karyawan yang mencapai target penjualan atau menyelesaikan proyek tepat waktu.
- Kehadiran: Tunjangan untuk karyawan yang jarang absen atau terlambat.
- Keahlian: Upah tambahan untuk karyawan yang memiliki keahlian khusus yang dibutuhkan perusahaan.
- Kinerja tim: Bonus untuk tim yang mencapai target bersama.

Insentif driver adalah upah tambahan yang diberikan kepada driver platform transportasi online di luar gaji pokok mereka, yang bertujuan untuk meningkatkan motivasi, kinerja, dan kepuasan driver. Insentif driver berbeda dengan gaji pokok, yang merupakan hak dasar driver atas pekerjaannya. Gaji pokok dihitung berdasarkan jam kerja, order yang diselesaikan, dan jarak tempuh.

Sedangkan insentif diberikan berdasarkan pencapaian tertentu, seperti:

- Target order: Bonus untuk driver yang mencapai target order harian, mingguan, atau bulanan.
- Rating tinggi: Bonus untuk driver yang memiliki rating tinggi dari penumpang.
- Jam sibuk: Bonus untuk driver yang bekerja pada jam sibuk, seperti pagi hari, malam hari, atau akhir pekan.
- Jarak jauh: Bonus untuk driver yang menyelesaikan order dengan jarak jauh.
- Promosi: Bonus untuk driver yang mengikuti program promosi platform.

Tujuan utama pemberian insentif driver adalah untuk:

- Meningkatkan motivasi driver: Insentif dapat mendorong driver untuk bekerja lebih keras dan lebih giat dalam mencapai target.
- Meningkatkan kinerja driver: Dengan termotivasi, driver akan bekerja lebih produktif dan efisien.
- Meningkatkan kepuasan driver: Insentif dapat mendorong driver untuk merasa dihargai atas pekerjaan mereka.
- Meningkatkan retensi driver: Driver yang merasa puas dengan insentif cenderung lebih loyal dan tidak mudah berpindah ke platform lain.

Insentif driver dapat diberikan dalam berbagai bentuk, antara lain:

- Bonus: Pembayaran tambahan yang diberikan secara berkala, seperti bonus harian, mingguan, atau bulanan.

- Insentif: Pembayaran tambahan untuk pencapaian tertentu, seperti target order, rating tinggi, atau jam sibuk.
- Reward: Hadiah atau penghargaan non-moneter, seperti voucher, merchandise, atau poin yang dapat ditukarkan dengan hadiah.

Pemberian insentif driver yang efektif dapat memberikan dampak positif bagi platform transportasi online, antara lain:

- Meningkatnya jumlah order: Driver yang termotivasi oleh insentif akan menyelesaikan lebih banyak order dalam sehari.
- Meningkatnya kepuasan pelanggan: Pelanggan akan lebih puas dengan layanan yang cepat dan efisien dari driver yang termotivasi.
- Meningkatnya reputasi platform: Reputasi platform yang baik akan menarik lebih banyak driver dan pelanggan.
- Meningkatnya keuntungan: Meningkatnya jumlah order, kepuasan pelanggan, dan reputasi platform dapat meningkatkan keuntungan platform.

Insentif driver merupakan alat yang efektif untuk meningkatkan motivasi, kinerja, dan kepuasan driver. Dengan memberikan insentif yang tepat dan efektif, platform transportasi online dapat mencapai tujuan bisnisnya dan memberikan manfaat bagi semua pihak yang terlibat, termasuk driver, pelanggan, dan platform itu sendiri.

Kepuasan

Kotler dan Keller (2018) mendefinisikan kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Apabila kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Selain itu, apabila kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang. Sedangkan menurut Tjiptono (2017) kepuasan adalah kepuasan pelanggan sebagai elemen pokok dalam pemikiran dan praktik pemasaran modern. Kepuasan pelanggan merupakan hasil dari perbandingan antara kinerja yang dirasakan (*perceived performance*) dengan harapan (*expectation*) pelanggan. Heidjrachman (2010) mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai tingkat kesesuaian antara produk atau jasa yang diterima dengan apa yang diharapkan oleh pelanggan. Engel, Blackwell, dan Miniard (1995) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan hasil dari proses evaluasi yang dilakukan oleh pelanggan terhadap kinerja suatu produk atau jasa yang dibandingkan dengan standar yang dimiliki oleh pelanggan.

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul dari perbandingan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Kinerja yang dirasakan adalah pengalaman pelanggan terhadap suatu produk atau jasa, sedangkan harapan adalah standar yang dimiliki oleh pelanggan.

Pada driver, Kepuasan driver adalah tingkat perasaan senang atau kecewa driver terhadap pekerjaan dan pengalamannya sebagai driver di platform transportasi online. Kepuasan ini diukur berdasarkan perbandingan antara ekspektasi driver dengan realitas yang mereka rasakan selama bekerja.

Kepuasan driver dapat diukur dalam beberapa dimensi, antara lain:

- Penghasilan: Driver merasa puas dengan penghasilan yang mereka dapatkan dari platform transportasi online.
- Permintaan order: Driver merasa puas dengan frekuensi order yang mereka terima.
- Durasi dan jarak order: Driver merasa puas dengan durasi dan jarak order yang mereka terima.
- Sistem rating dan reward: Driver merasa puas dengan sistem rating dan reward yang diterapkan oleh platform.
- Fitur dan layanan platform: Driver merasa puas dengan fitur dan layanan yang ditawarkan oleh platform.
- Komunikasi dan dukungan dari platform: Driver merasa puas dengan komunikasi dan dukungan yang diberikan oleh platform.
- Keamanan dan keselamatan: Driver merasa aman dan nyaman saat bekerja di lapangan.
- Kesempatan untuk berkembang: Driver merasa memiliki kesempatan untuk berkembang dan meningkatkan penghasilan mereka di platform.

Beberapa faktor yang dapat memengaruhi kepuasan driver antara lain:

- Kebijakan platform: Kebijakan platform terkait order, rating, dan reward dapat memengaruhi kepuasan driver.
- Permintaan pasar: Permintaan pasar terhadap layanan transportasi online dapat memengaruhi frekuensi order yang diterima driver.
- Kondisi lalu lintas: Kemacetan dan kondisi jalan yang buruk dapat memengaruhi durasi dan jarak order yang ditempuh driver.
- Perilaku penumpang: Sikap dan perilaku penumpang dapat memengaruhi pengalaman driver selama bekerja.
- Teknologi platform: Kemudahan penggunaan aplikasi dan fitur platform dapat memengaruhi kepuasan driver.
- Dukungan dari platform: Dukungan yang diberikan oleh platform, seperti pelatihan dan bantuan teknis, dapat memengaruhi kepuasan driver.

Berikut adalah beberapa upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kepuasan driver:

- Membuat kebijakan yang adil dan transparan: Membuat kebijakan yang adil dan transparan terkait order, rating, dan reward.
- Meningkatkan permintaan pasar: Melakukan promosi dan marketing untuk meningkatkan permintaan pasar terhadap layanan transportasi online.
- Memberikan edukasi kepada penumpang: Memberikan edukasi kepada penumpang tentang etika dan perilaku yang baik saat menggunakan layanan transportasi online.
- Mengembangkan teknologi platform: Mengembangkan teknologi platform yang mudah digunakan dan memberikan fitur yang bermanfaat bagi driver.
- Meningkatkan dukungan kepada driver: Meningkatkan dukungan kepada driver, seperti pelatihan, bantuan teknis, dan layanan kesehatan.

Meningkatkan kepuasan driver dapat membawa banyak manfaat bagi platform transportasi online, antara lain:

- Meningkatkan ketersediaan driver: Driver yang puas cenderung akan terus bekerja di platform dan meningkatkan ketersediaan driver.
- Meningkatkan kualitas layanan: Driver yang puas cenderung memberikan layanan yang lebih baik kepada penumpang.
- Meningkatkan reputasi platform: Reputasi platform yang baik dapat menarik lebih banyak driver dan penumpang.
- Meningkatkan keuntungan: Meningkatnya ketersediaan driver, kualitas layanan, dan reputasi platform dapat meningkatkan keuntungan platform.

Kepuasan driver merupakan faktor penting dalam bisnis transportasi online. Dengan meningkatkan kepuasan driver, platform dapat meningkatkan ketersediaan driver, kualitas layanan, reputasi platform, dan keuntungan.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan jurnal ini adalah penelitian kualitatif. Bogdan dan Taylor menjelaskan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian penghasil data deskriptif berupa tulisan atau lisan dari orang atau perilaku yang menjadi objek pengamatan. Alasan peneliti memilih metode ini karena peneliti ingin mendapatkan jawaban yang mendasar serta terperinci tentang sebab akibat dengan menganalisis faktor penyebab terjadinya konflik pada konsep yang di angkat oleh peneliti. Peneliti juga menggunakan data-data sekunder yaitu data yang di ambil dari peneliti sebelumnya, Betujuan untuk menguatkan hasil data pada penelitian ini. sehingga penelitian ini menjadi data yang efektif dan akurat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perubahan Skema Insentif Pada PT Grab dan Gojek

Perubahan insentif dalam kebijakan perusahaan Grab dan Gojek terhadap para driver telah menjadi topik yang menarik untuk dibahas. Artikel ini bertujuan untuk menganalisis permasalahan yang muncul akibat perubahan insentif pada PT Grab dan Gojek, dampak pada kepuasan driver, dan memberikan studi kasus tentang bagaimana driver meresponsnya. Pada artikel ini, penulis memaparkan hasil wawancara dari temuan penelitian sebelumnya. Dalam artikel ini, fokus utama penulis adalah dampak pada kepuasan driver dari perubahan kebijakan insentif tersebut.

➤ Perubahan Insentif Pada PT Grab

Grab merupakan platform transportasi online terkemuka di Asia Tenggara yang telah mengalami beberapa kali perubahan struktur insentif bagi para driver. Perubahan ini sering kali menimbulkan pro dan kontra, dengan beberapa driver yang merasa dirugikan dan yang lainnya menerima dengan baik. Berikut beberapa perubahan insentif pada PT Grab Indonesia:

1. Sistem Berlian (2018)

Sistem berlian ini pertama kali diperkenalkan pada awal November 2018, dimana sistem ini menggantikan skema insentif sebelumnya yang berbasis pada jumlah perjalanan. Sistem Berlian menggunakan poin yang disebut "Berlian" sebagai acuan insentif. Para driver mendapatkan Berlian dengan menyelesaikan misi-misi tertentu, seperti mengantarkan penumpang di jam sibuk atau di area tertentu. Semakin banyak berlian yang dikumpulkan, maka semakin tinggi potensi bonus yang didapatkan driver. Sistem ini menuai banyak kritik dari para pengemudi karena dianggap rumit dan tidak transparan. Banyak pengemudi merasa pendapatan mereka menurun setelah penerapan sistem ini, dan menyebabkan ratusan driver meninggalkan perusahaan dan beralih ke perusahaan Gojek. Sebelumnya Grab menerapkan skema insentif berbasis jumlah perjalanan dimana driver diharuskan menyelesaikan target perjalanan minimum untuk mendapatkan insentif dasar, semakin banyak perjalanan yang mereka selesaikan di atas target, semakin tinggi bonus yang mereka dapatkan, dan bonus yang dihitung berdasarkan faktor-faktor seperti jenis layanan, waktu, dan jarak.

2. Penurunan Insentif Selama Pandemi COVID-19 (2020):

Pandemi COVID-19 berdampak signifikan pada industri transportasi online, termasuk Grab. Untuk mengatasi dampak tersebut, Grab menerapkan penyesuaian insentif, termasuk penurunan nominal dan persyaratan yang lebih ketat. Insentif dasar dan bonus dipotong untuk menyesuaikan dengan kondisi pasar yang lesu, dan target perjalanan minimum dinaikkan untuk mendapatkan insentif. Grab mengurangi bonus per kilometer untuk semua layanan, seperti GrabCar, GrabBike, dan GrabFood. Penurunan ini bervariasi tergantung pada wilayah dan jenis layanan. Sebagai contoh, di Jabodetabek, bonus per kilometer untuk GrabCar diturunkan dari Rp3.000 menjadi Rp2.000. bonus pada GrabBike diturunkan dari Rp2.000 menjadi Rp1.500, dan juga bonus GrabFood yang diturunkan dari Rp2.000 menjadi Rp1.500. Penurunan ini menuai protes dari para pengemudi yang merasa pendapatan mereka semakin berkurang di tengah situasi yang sulit. Tetapi Grab juga meluncurkan program insentif tambahan untuk membantu pengemudi yang terdampak pandemi, seperti program bantuan sosial dan program subsidi bensin.

3. Perubahan Insentif tahun 2022

Pada tahun 2022, PT Grab mengalami peningkatan dalam insentif yang diberikan kepada konsumen dan mitra. Insentif untuk konsumen naik 85% menjadi US\$ 344 juta, sementara insentif untuk mitra naik 55% menjadi US\$ 216 juta. Pada wilayah Jabodetabek tarif dasar sebelum perubahan adalah Rp 2.250 hingga Rp 2.650. Namun setelah terjadi perubahan, tarif dasar minimum untuk 0-4 kilometer di naik menjadi Rp 10.200 hingga Rp 11.200, dengan tarif per kilometer menjadi Rp 2.550 hingga Rp 2.800.

4. Tren Terbaru (2023-2024)

Grab secara bertahap menaikkan kembali insentif untuk menarik minat pengemudi baru dan mempertahankan mitra lama. Meskipun tahun 2023 menandakan pemulihan ekonomi global dari pandemi COVID-19, industri transportasi online masih menghadapi berbagai tantangan. Persaingan yang semakin ketat, fluktuasi harga bahan bakar, dan perubahan perilaku konsumen menjadi faktor yang perlu dipertimbangkan oleh Grab dalam mengelola platformnya. Penyesuaian skema insentif kembali menjadi salah satu strategi yang diterapkan Grab di tahun 2023. Skema insentif Grab di tahun 2023-2024 di wilayah Jabodetabek menjadi lebih kompleks dan dinamis dibandingkan tahun-tahun sebelumnya. Hal ini dikarenakan Grab menerapkan berbagai sistem insentif baru untuk mengoptimalkan biaya operasional dan meningkatkan pendapatan driver. Saat ini driver mendapatkan poin untuk setiap kilometer yang ditempuh, pesanan yang diselesaikan, dan performa mereka. Poin ini dapat ditukarkan dengan berbagai reward, seperti uang tunai, pulsa, atau voucher. Driver diberikan target harian, mingguan, atau bulanan dan ketika mereka mencapai target, mereka mendapatkan bonus tambahan. Grab juga menggunakan algoritma untuk menentukan besaran insentif berdasarkan berbagai faktor, seperti permintaan, lokasi, waktu, dan performa driver. Berikut rincian bonus yang didapatkan driver di wilayah Jabodetabek:

1. GrabCar:

- Bonus per kilometer: Rp1.500 - Rp2.500
- Bonus per pesanan: Rp5.000 - Rp10.000
- Bonus target: Rp50.000 - Rp100.000 per hari

2. GrabBike:

- Bonus per kilometer: Rp1.000 - Rp1.500
- Bonus per pesanan: Rp3.000 - Rp5.000
- Bonus target: Rp30.000 - Rp50.000 per hari

3. GrabFood:

- Bonus per pesanan: Rp2.000 - Rp4.000
- Bonus target: Rp20.000 - Rp40.000 per hari

➤ **Perubahan Insentif Pada PT Gojek**

Perubahan insentif dalam kebijakan insentif yang ditetapkan oleh perusahaan Gojek terhadap driver dapat berupa tarif per-kilometer, poin dan bonus yang driver peroleh setelah menyelesaikan pengantaran. Perubahan insentif pada PT Gojek mulai diberlakukan pada tahun 2021, dimana pada tanggal 17 Mei 2021 Gojek resmi bergabung dengan Tokopedia yang menghasilkan entitas baru yang disebut dengan GoTo. Tujuan penggabungan kedua perusahaan besar ini adalah sebagai langkah strategis untuk memperkuat posisi mereka di pasar *e-commerce* dan layanan *on-demand* di Indonesia. Ketua Umum Indonesia Digital Empowering Community (IDIEC) M.

Tesar Sandikapura menilai perubahan skema insentif di Gojek, berujung pada ancaman mogok kerja dari mitra driver (2021). Beberapa alasan yang mendasari perubahan insentif setelah penggabungan perusahaan Gojek dan Tokopedia adalah:

1. Efisiensi operasional

Merger memungkinkan Gojek dan Tokopedia untuk menggabungkan sumber daya, termasuk para mitra. Hal ini berpotensi mengakibatkan kelebihan *supply driver*, sehingga perusahaan dapat menekan biaya operasional dengan menurunkan insentif.

2. Persaingan ketat

Industri layanan *on-demand* di Indonesia semakin kompetitif, dengan kehadiran pesaing yang menawarkan harga yang lebih terjangkau sehingga Gojek perlu menurunkan insentif driver untuk tetap kompetitif.

3. Perubahan struktur bisnis

Penggabungan dari kedua perusahaan ini mengubah struktur bisnis Gojek, dengan fokus yang lebih besar pada layanan *e-commerce* dan logistic. Hal ini dapat menggeser focus perusahaan dari layanan transportasi online, sehingga berdampak pada insentif driver.

4. Integrasi platform

Integrasi platform Gojek dan Tokopedia diharapkan dapat meningkatkan efisiensi pemesanan dan pengiriman. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk mengoptimalkan rute dan waktu tempuh, sehingga memungkinkan mereka untuk menawarkan layanan dengan harga yang lebih kompetitif dan berdampak pada penurunan insentif driver.

5. Dampak pandemic COVID-19

Pandemi COVID-19 menyebabkan penurunan permintaan untuk layanan transportasi online, sehingga berdampak pada pendapatan pengemudi. Hal ini mendorong Gojek untuk menurunkan insentif sebagai upaya untuk menyeimbangkan kondisi keuangan perusahaan.

Oleh karena perubahan skema insentif tersebut, para driver mengeluh dan merasa tidak puas sehingga pada tanggal 8-10 Juni 2021 para driver melakukan aksi demo dan mogok kerja. Pada tahun 2015, Gojek memberlakukan sistem bonus tarif Bruto sebesar Rp 4.000/km dan dipotong komisi untuk PT Gojek itu sendiri sebesar 20% sehingga tarif yang di dapat driver sebesar Rp 3.200/km. Pada tahun 2021, terjadi penurunan insentif pada Gojek dimana persentase penurunan insentif bervariasi di setiap wilayah. Contohnya seperti di wilayah Jabodetabek, pengurangan insentif bagi driver layanan Gokilat ini tentu sangat merugikan driver, apalagi para driver hanya menerima pendapatan Rp 2000/km. Sebelumnya insentif 5 pengantaran Rp 10.000 menjadi Rp 1.000/pengantaran untuk 1-9 pengantaran.

Rincian insentif untuk driver sebagai berikut:

- Menyelesaikan 5 pengantaran mendapatkan Rp 10.000
- Menyelesaikan 8 pengantaran mendapatkan Rp 30.000
- Menyelesaikan 10 pengantaran mendapatkan Rp 45.000

- Menyelesaikan 13 pengantaran mendapatkan Rp 60.000
- Menyelesaikan 15 pengantaran mendapatkan Rp 100.000

Rincian insentif baru untuk driver sebagai berikut:

- Menyelesaikan 1-9 pengantaran mendapatkan Rp1.000/pengantaran
- Menyelesaikan 10-14 pengantaran mendapatkan Rp 2.000/pengantaran
- Menyelesaikan 15+ pengantaran mendapatkan Rp 2.500/pengantaran

Tidak hanya mitra pada mitra driver, kata M Tesar, Gojek juga menerapkan skema baru dalam hal komisi untuk GoFood. Dengan skema baru, Gojek menarik komisi dari yang sebelumnya 12% ditambah Rp 5.000 menjadi 20% ditambah Rp 1.000. Selain itu, terdapat pula sistem poin yang diberlakukan oleh PT gojek. Cara pengumpulan poin untuk mendapatkan bonus berbeda-beda, namun umumnya driver gojek mendapatkan poin dasar setiap kali mereka mendapatkan orderan, dan poin ditambah setiap hari mulai dari pukul 00.00 sampai dengan pukul 23.59 WIB. Semakin tinggi poin yang diperoleh, maka akan menambah pendapatan mitra driver gojek. Terdapat 4 level insentif gojek, dimana besaran pendapatan minimum yang akan diperoleh setiap driver sesuai dengan level yang dimiliki.

1. Level Basic: Jika driver mencapai 700 poin, maka driver akan mendapatkan insentif sebesar Rp 50.000.
2. Level Silver: Jika driver mencapai 1.100 poin, maka driver akan mendapatkan insentif sebesar Rp 20.000.
3. Level Gold: Jika driver mencapai 1.400 poin, maka driver akan mendapatkan insentif Rp 140.000.
4. Level Platinum: Jika driver mencapai 1.700 poin, maka driver akan mendapatkan insentif sebesar Rp 180.000.

Dengan perubahan skema insentif ini menurut Igun salah satu driver gojek kebijakan ini merupakan langkah untuk pemeratakan jumlah mitra yang dapat memperoleh insentif tersebut. Sehingga, semakin banyak mitra yang berpeluang mendapatkan penghasilan tambahan dimasa pemulihan pandemic. Adanya kabar para driver akan menggelar aksi dana mogok karena turunya insentif pasca merger Gojek-Toko pedia menjadi GoTo. Kabar tersebut berkembang lewat tanggapan siaran pers yang diterima awak media dengan judul "Maaf untuk konsumen, kami mogok kerja karena GoTo tidak memanusiaikan kami. GoTo tanpa berunding dengan kami sebagai mitra mereka, memutuskan secara sepihak pengurangan insentif bagi driver dalam layanan Gokilat."

Dampak Perubahan Insentif Terhadap Kepuasan Driver

Perubahan skema insentif pada PT Grab dan Gojek memiliki hubungan yang kompleks dengan kepuasan driver. Memahami hubungan ini sangat penting untuk memastikan kelancaran operasional platform, kesejahteraan driver, dan kepuasan pengguna. Driver yang puas cenderung bekerja lebih keras, memberikan layanan yang lebih baik, dan loyal terhadap platform. Perubahan insentif yang diterapkan oleh PT Grab dan Gojek berdampak signifikan terhadap kepuasan para driver. Dengan perubahan insentif ini menyebabkan ketidakpastian pendapatan driver dan juga

berkurangnya pendapatan driver yang menyebabkan penurunan kesejahteraan mereka. Driver juga harus bekerja lebih lama untuk mendapatkan hasil yang sama, sehingga dapat menyebabkan kelelahan dan stress sehingga dapat berdampak pada penurunan kualitas layanan. Beberapa driver juga merasa bahwa sistem insentif tidak adil dan tidak memberikan kesempatan yang sama bagi semua driver sehingga driver merasa ketidakpuasan terhadap sistem ini. Kurangnya transparansi dalam sistem insentif dapat menyebabkan kebingungan dan kecurigaan di kalangan driver. Driver mungkin tidak mengetahui dengan jelas bagaimana mereka dapat mencapai target dan mendapatkan insentif yang maksimal. Penurunan pendapatan dan ketidakpastian kerja menyebabkan motivasi driver menurun, yang menyebabkan para driver merasa tidak puas dengan perubahan insentif yang diberlakukan PT Grab dan Gojek. Selain itu pada beberapa kasus, driver mengalami peningkatan pendapatan setelah perubahan skema insentif. Hal ini terutama terjadi bagi driver yang bekerja di area dengan permintaan tinggi dan memenuhi target yang ditetapkan, dimana peningkatan pendapatan dapat membantu driver memenuhi kebutuhan hidup dan meningkatkan taraf hidup mereka.

KESIMPULAN

Perubahan skema insentif yang dilakukan oleh PT Grab dan Gojek telah menimbulkan dampak signifikan terhadap kepuasan driver. Sistem Berlian yang diperkenalkan oleh PT Grab pada tahun 2018, meskipun bertujuan untuk meningkatkan motivasi driver melalui pengumpulan berlian untuk bonus, ternyata mendapat kritik karena kompleksitas dan kurangnya transparansi. Selanjutnya, selama pandemi COVID-19 pada tahun 2020, insentif yang diberikan kepada driver mengalami penurunan, yang menambah ketidakpuasan di antara para driver.

Namun, dalam beberapa tahun terakhir, skema insentif ini mengalami beberapa perubahan yang signifikan, yang telah menimbulkan kekhawatiran di antara para driver. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak perubahan skema insentif pada PT Grab dan Gojek terhadap kepuasan driver. Penelitian ini menggunakan data sekunder yang diambil dari hasil penelitian sebelumnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perubahan skema insentif telah berdampak negatif terhadap kepuasan driver. Driver merasa bahwa mereka tidak lagi dihargai secara adil atas kerja keras mereka, dan mereka semakin tidak puas dengan kondisi kerja mereka. Temuan ini memiliki implikasi penting bagi PT Grab dan Gojek. Perusahaan perlu mempertimbangkan kembali skema insentif mereka dan memastikan bahwa driver diberi insentif yang adil dan sesuai dengan kinerja mereka. Ketidakpuasan driver dapat berakibat pada penurunan kualitas layanan, peningkatan turnover driver, dan kerusakan citra perusahaan.

Dan perubahan insentif yang diterapkan oleh PT Grab dan Gojek berdampak signifikan terhadap kepuasan para driver. Dengan perubahan insentif ini menyebabkan ketidakpastian pendapatan driver dan juga berkurangnya pendapatan driver yang menyebabkan penurunan kesejahteraan mereka. Driver juga harus bekerja lebih lama untuk mendapatkan hasil yang sama, sehingga dapat menyebabkan kelelahan dan stress sehingga dapat berdampak pada penurunan

kualitas layanan. Beberapa driver juga merasa bahwa sistem insentif tidak adil dan tidak memberikan kesempatan yang sama bagi semua driver sehingga driver merasa ketidakpuasan terhadap sistem ini. Kurangnya transparansi dalam sistem insentif dapat menyebabkan kebingungan dan kecurigaan di kalangan driver. Driver mungkin tidak mengetahui dengan jelas bagaimana mereka dapat mencapai target dan mendapatkan insentif yang maksimal.

SARAN

Perusahaan Grab dan Gojek perlu meningkatkan transparansi dalam sistem insentif untuk menghindari kebingungan dan kecurigaan di kalangan driver. Perusahaan perlu mengimplementasikan kebijakan yang adil dan transparan terkait order, rating, dan reward untuk memastikan driver merasa dihargai dan termotivasi. Perusahaan juga harus meningkatkan dukungan mereka kepada driver dengan pelatihan, bantuan teknis, dan layanan kesehatan, dan memberikan edukasi kepada penumpang tentang etika dan perilaku yang baik saat menggunakan layanan transportasi online. Untuk penelitian selanjutnya perlu melakukan studi lebih mendalam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan driver selain insentif, dan memperluas penelitian untuk memahami dampak perubahan kebijakan insentif pada platform transportasi online lainnya, serta meneliti strategi yang efektif untuk meningkatkan kepuasan driver dan meminimalkan ketidakpuasan terkait insentif.

DAFTAR PUSTAKA

- Adam V, Wulandari J, Aprilia HD, November 2020. ANALISIS BEBAN KERJA DAN INSENTIF TERHADAP KINERJA DRIVER GOJEK DI BANDAR LAMPUNG. Jurnal perspektif bisnis, Vol 3, hal 116
- Adam V, Wulandari J, Aprilia HD, November 2020. ANALISIS BEBAN KERJA DAN INSENTIF TERHADAP KINERJA DRIVER GOJEK DI BANDAR LAMPUNG. Jurnal perspektif bisnis, Vol 3, hal 116
- Ali Akhmad Noor Hidayat (11 September 2022) Kenaikan Tarif GrabBike, GrabCar, GrabExpress dan GrabFood Berlaku Hari Ini <https://bisnis.tempo.co/read/1632913/kenaikan-tarif-grabbike-grabcar-grabexpress-dan-grabfood-berlaku-hari-ini>
- CNBC Indonesia. (3 April 2023). Begini Taktik Bisnis GOTO-Grab yang Bikin Driver Ojol Langka. CNBC Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/market/20230403112624-17-426793/begini-taktik-bisnis-goto-grab-yang-bikin-driver-ojol-langka>
- Danang Suryo (20 maret 2024) Grab Indonesia Berikan THR Lebaran kepada Ojol, Bentuknya Insentif, Cair Hari 1-2 Idulfitri <https://www.kompas.tv/ekonomi/494195/grab-indonesia-berikan-thr-lebaran-kepada-ojol-bentuknya-insentif-cair-hari-1-2-idulfitri>

- Dewi, I. 2023. Komisi Driver Gojek Berubah di Luar RI, Jatah Aplikasi Turun. CNBC Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20231023062749-37-482710/komisi-driver-gojek-berubah-di-luar-ri-jatah-aplikasi-turun>
- Fadillah, D. (25 November 2018). Mau Pindah Karena Perubahan Sistem Insentif Ratusan Orang Berjaket Grab Masih Padati Kantor Gojek. RM. id. <https://rm.id/baca-berita/megapolitan/590/mau-pindah-karena-perubahan-sistem-insentif-ratusan-orang-berjaket-grab-masih-padati-kantor-gojek>
- Faizal Fanani (19 Maret 2024) Grab Tak Akan Beri THR ke Pengemudi Ojol, tapi Kasih Insentif Lebaran <https://www.liputan6.com/bisnis/read/5554261/grab-tak-akan-beri-thr-ke-pengemudi-ojol-tapi-kasih-insentif-lebaran>
- Fudla,A.R.Desember 2021. Pengaruh Pelatihan dan Motivasi Terhadap Kinerja Pegawai dengan Kemampuan Kerja sebagai Variabel Intervening. Jurnal manajemen dan bisnis, Vol XIV,hal 55.
- Fudla,A.R.Desember 2021. Pengaruh Pelatihan dan Motivasi Terhadap Kinerja Pegawai dengan Kemampuan Kerja sebagai Variabel Intervening. Jurnal manajemen dan bisnis, Vol XIV,hal 55.
- Grab. (10 Agustus 2021). Grab Lindungi Pendapatan Mitra Pengemudi di Masa Pandemi. Grab. <https://www.grab.com/id/press/consumers-drivers/program-atasi/>
- Hallo, G.S. dan Dewi,Y.E.P. (2022). Pengaruh Job Insecurity dan Stres Kerja Terhadap Turnover Intention Pada Driver Gojek. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, Vol 13 No 2, 335-343.
- Harvida, D. A. dan Wijaya, C. (2020) Faktor Yang Mempengaruhi Turnover Karyawan Dan Strategi Retensi Sebagai Pencegahan Turnover Karyawan : Sebuah Tinjauan Literatur. *Jurnal Ilmu Administrasi Negara*, Vol 16 No 1, 13-23.
- Hayati.N. Hairul, Periyadi, PENGARUH INSENTIF DAN GAJI TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA PT.ANTARMITRA SEMBADA, Jurnal Manajemen Bisnis
- Ifrianiya, L. 2018. Pengaruh Gaji,Intensif dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan PT.X . <http://repo.usni.ac.id/90/1/LULU%20IRFANIYA.pdf>
- Jatmiko, L. 2021. Perubahan Insentif Driver Gojek, Buntut Merger Dengan Tokopedia. Bisnis.com. <https://m.bisnis.com/amp/read/20210607/98/1402479/perubahan-insentif-driver-gojek-buntut-merger-dengan-tokopedia>
- Khusaini, I. 2021. Islam (Studi Kasus Pada Driver Gojek Kota Semarang). Eprints Walisongo. https://eprints.walisongo.ac.id/id/eprint/16506/1/SKRIPSI_1705026168_IRFA_TASA_KHUSAINI.pdf

- Marsusanti, E., Susilawati., Nugraha, R., dan koeswara, T. S. N. (2018). Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Driver Gojek. *Jurnal Swabumi*, Vol.6 No.2, 128-132.
- Maymunah Nasution, Ika Yuniati (15 Maret 2023) Soal Keuntungan Driver Ojol yang Berkurang, Grab Akui Ada Penurunan Insentif <https://bisnis.solopos.com/soal-keuntungan-driver-ojol-yang-berkurang-grab-akui-ada-penurunan-insentif-1575182>
- Mutiara, S. 2017. PENGARUH INSENTIF DAN MOTIVASI KERJA KARYAWAN TERHADAP KINERJA KARYAWAN MELALUI KEPUASAN KERJA KARYAWAN PT.BAHANA YAMAHA PAGAR ALAM CABANG BANDAR LAMPUNG. <https://digilib.unila.ac.id/26930/12/SKRIPSI%20TANPA%20BAB%20PEMBAHASAN.pdf>
- Nasution, M & Yuniati, I. 2023. Soal Keuntungan Driver Ojol yang Berkurang, Grab Akui Ada Penurunan Insentif. Solopos Bisnis. <https://bisnis.solopos.com/soal-keuntungan-driver-ojol-yang-berkurang-grab-akui-ada-penurunan-insentif-1575182>
- Novi V ,Intensif : Pengertian,Jenis dan Tujuannya. <https://www.gramedia.com/literasi/insentif-adalah/>
- Novianto, A. (19 Januari 2023). Resistance is Possible: Lives of Grab Workers in Indonesia. *Asian Labour Review*. <https://labourreview.org/grab-in-indonesia/>
- Oktamade D, Putra R.S,Azhari I.P,Juni 2023. PENGARUH INSENTIF DAN LOYALITAS TERHADAP KINERJA DRIVER GOJEK DI KOTA PEKANBARU. *Jurnal akuntansi dan keuangan*,Vol 12, hal 31.
- Oktamade D, Putra R.S,Azhari I.P,Juni 2023. PENGARUH INSENTIF DAN LOYALITAS TERHADAP KINERJA DRIVER GOJEK DI KOTA PEKANBARU. *Jurnal akuntansi dan keuangan*,Vol 12, hal 31.
- Online, Klakson. "Menaikan Rating Driver Bintang 5 Dari Customer, Driver Bintang Lima, Tutorial Grab Driver" Youtube, diunggah oleh Klakson Online, 5 November 2022. <https://youtu.be/KcOQ5ziNIyc?si=BgAvgoUWE8WouD5P>
- Permatasari, E. Desember 2021. Bolehkan Uang Lembur Diganti Insentif? <https://www.hukumonline.com/klinik/a/bolehkah-uang-lembur-diganti-insentif-lt511e0b8dd5167/>
- Pitoko, R. 2021. Skema Insentif Berubah, Berapa Bonus yang Bisa Didapat Driver Gojek?. *IDN TIMES*. https://www.idntimes.com/business/economy/ridwan-aji-pitoko-1/skema-insentif-berubah-berapa-bonus-yang-bisa-didapat-driver-gojek?page=all&_gl=1*okw9z2*_ga*dINvbEZtOHFWLVhmQWxHQ0tfYVgzUWc4ZHJDU05oSERoZkh0d1hBSDkyazRLNmNKbzcwLXRyVy13WmxrNDh2Xw..*_ga_TT180KERFB*MTcxMzU5ODYyMy4xLjEuMTcxMzU5ODYyMy4wLjAuMA

- Pramudyo C.S. Juni 2011. PERANCANGAN SISTEM INSENTIF MENGGUNAKAN METODE PERENCANAAN INSENTIF KELOMPOK. Jurnal Ilmial Teknik Industri, Vol 10, hal 34.
- Pramudyo C.S. Juni 2011. PERANCANGAN SISTEM INSENTIF MENGGUNAKAN METODE PERENCANAAN INSENTIF KELOMPOK. Jurnal Ilmial Teknik Industri, Vol 10, hal 34.
- Primawati, A. 2020. Dampak Go-Jek Terhadap Perekonomian Masyarakat Kota Kediri. Repository.
https://repository.unpkediri.ac.id/1748/3/RAMA_61201_16102020065_0722108505_0706108902_01_front_ref.pdf
- Qumairoh, E. 2023. Pengaruh Insentif Dan Motivasi Terhadap Kinerja Driver Grab Bike. Repository unisma.
https://repository.unisma.ac.id/bitstream/handle/123456789/6790/S1_FIA_21901092184_ELKY%20ULFA%20QUMAIROH.pdf?sequence=1
- Rifandhy, Mahendra, A, Woyanti, Nenik. (22 Oktober 2021), Analisis Pengaruh Pendapatan Driver GrabBike Di Kota Semarang..
- Sandi, F. 2023. Kabar Gembira, Driver Grab-Gojek Bakal Bisa Beli Rumah Murah. CNBC Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/news/20230621165900-4-448060/kabar-gembira-driver-grab-gojek-bakal-bisa-beli-rumah-murah>
- Setiawan, W. (15 Januari 2023). Cara Pindah Gojek Jalur VIP Online, Mutasi Dari Grab Dengan Mudah. Tipkerja. <https://tipkerja.com/cara-pindah-gojek-jalur-vip/>
- Subekti. 2024. Dampak Peraturan pada Pendapatan Ojek Online. Koran Tempo. <https://koran.tempo.co/read/urban/486559/dampak-peraturan-pendapatan-ojek-online>
- Uly, Y & Djumena, E. 2021. Viral Driver Gojek Ancam Mogok karena Insentif Turun, Bagaimana Faktanya?. Kompas.com.
<https://money.kompas.com/read/2021/06/08/093413226/viral-driver-gojek-ancam-mogok-karena-insentif-turun-bagaimana-faktanya?page=all>
- Wahyudin, M. 2020. Strategi Driver Ojek Daring Menghadapi Korporasi, E-commerce, Konsumen Di Kota Makassar. Repository.
https://repository.unhas.ac.id/id/eprint/435/2/E042181001_tesis_23-10-2020%28FILEminimizer%29_1-2.pdf
- Yuliardi, S. 2021. Rencana Demo Driver Gojek Karena Insentif, Apa Kata Gojek dan Asosiasi?. Republika.
https://ekonomi.republika.co.id/berita/quenwq817000/rencana-demo-driver-gojek-karena-insentif-apa-kata-gojek-dan-asosiasi?question-index=#google_vignette
- Zakinah, N. 2019. Efisiensi Dan Dampak Ojek Online Terhadap Kesejahteraan Driver Kota Makassar. Repositori. <https://repositori.uin-alauddin.ac.id/15568/1/EFISIENSI%20DAN%20DAMPAK%20OJEK%20ONLINE%20TERHADAP.pdf>