

**PENGARUH DISRUPSI EKONOMI DIGITAL TERHADAP PENDAPATAN
DAN PENGGUNAAN TENAGA KERJA PADA TRANSPORTASI
KONVENSIONAL**

SKRIPSI



Oleh:

Nama : Dita Ichsantia Ananda

Nomor Mahasiswa : 15313278

Program Studi : Ilmu Ekonomi

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS EKONOMI

YOGYAKARTA

2019

**PENGARUH DISRUPSI EKONOMI DIGITAL TERHADAP PENDAPATAN
DAN PENGGUNAAN TENAGA KERJA PADA TRANSPORTASI
KONVENSIONAL**

SKRIPSI

Disusun dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir
guna memperoleh gelar Sarjana jenjang strata 1

Program Studi Ilmu Ekonomi
pada Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia

Oleh:

Nama : Dita Ichsantia Ananda

Nomor Mahasiswa : 15313278

Program Studi : Ilmu Ekonomi

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS EKONOMI

YOGYAKARTA

2019

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang dapat dikategorikan dalam tindakan plagiasi seperti yang dimaksud dalam buku pedoman penulisan skripsi Program Studi Ilmu Ekonomi FE UII. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.

Yogyakarta, 11 Januari 2019

Penulis



Dita Ichsantia Ananda

PENGESAHAN

PENGARUH DISRUPSI EKONOMI DIGITAL TERHADAP PENDAPATAN DAN
PENGUNAAN TENAGA KERJA PADA TRANSPORTASI KONVENSIONAL

Nama : Dita Ichsantia Ananda

Nomor Mahasiswa : 15313278

Program Studi : Ilmu Ekonomi

Yogyakarta, 11 Januari 2019

Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing,



Diana Wijayanti, S.E., M.Si.

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR /SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

**PENGARUH DISRUPSI EKONOMI DIGITAL TERHADAP PENDAPATAN DAN
PENGUNAAN TENAGA KERJA PADA TRANSPORTASI KONVENSIONAL**

Disusun Oleh : **DITA ICHSANTIA ANANDA**

Nomor Mahasiswa : **15313278**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**

Pada hari Jum'at, tanggal: 15 Maret 2019

Penguji/ Pembimbing Skripsi : Diana Wijayanti, Dra., M.Si.

Penguji : Akhsyim Afandi, Drs., MA., Ph.D.


.....

.....

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia



Jaka Sriyana, SE., M.Si, Ph.D.

MOTTO

‘Barang siapa keluar untuk mencari ilmu maka dia berada di jalan Allah ‘

- (HR.Turmudzi) –

“Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat.”

- (Q.S Al Mujadalah:11) -

“Dan katakanlah (wahai Nabi Muhammad) tambahkanlah ilmu kepaaku.”

- (Q.S Thaaha:114) -

“Allah never changes the condition of a people unless they strive to change themselves.”

- (Quran 13:11) –

“So when you have made a decision, then put trust in Allah.”

- (Q.S Al-Imran:159) -

HALAMAN PERSEMBAHAN

Sembah sujud serta syukur kepada Allah SWT, taburan cinta dan kasih sayang-Mu telah memberikanku kekuatan, membekaliku dengan ilmu serta memperkenalkanku dengan cinta. Atas karunia serta kemudahan yang Engkau berikan, akhirnya skripsi yang sederhana ini dapat terselesaikan. Sholawat serta salam selalu terlimpahkan kepada baginda Rasul, Muhammad SAW. Ku persembahkan karya ini kepada orang yang saya kasihi:

Ibunda Siti Achadjah dan Ayahanda Sudarna tercinta

Sebagai tanda bakti, hormat dan rasa terima kasih yang tiada terhingga ku persembahkan karya kecil ini kepada Ibu dan Ayah yang telah memberikan kasih sayang, segala dukungan, dan cinta kasih yang tiada terhingga, yang tiada mungkin dapat ku balas hanya dengan selembar kertas yang bertuliskan kata cinta dan persembahan. Terima kasih untuk Ibu dan Ayah yang selalu membuatku termotivasi dan selalu memberiku kasih sayang, selalu mendoakanku, selalu menasihati agar menjadi lebih baik

Seluruh Keluarga Besar

Untuk keluarga besarku yang telah memberiku dukungan, motivasi, dan do'a tanpa henti.

Dosen Pembimbing Tugas Akhirku

Ibu Diana Wijayanti, S.E.,M.Si selaku dosen pembimbing tugas akhir, terima kasih banyak bu, selama ini telah membatu, menasehati, mengajari, membimbing saya, serta kesabaran yang telah ibu berikan.

Semua Sahabat dan Teman-Temanku

Terima kasih atas bantuan dan kerja samanya selama ini, dari kalian aku banyak termotivasi dan belajar realita hidup.

KATA PENGANTAR

Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Segala puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia, dan hidayah-Nya, shalawat serta salam tidak lupa dicurahkan kepada nabi besar Muhammad SAW yang kita nantikan syafa'atnya di yaumul akhir. Hal ini membuat penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul **“Pengaruh Disrupsi Ekonomi Digital terhadap Pendapatan dan Penggunaan Tenaga Kerja pada Transportasi Konvensional”**. Skripsi ini disusun untuk menyelesaikan Studi Jenjang Strata 1 (S1) Jurusan Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa telah mendapat banyak dukungan, bimbingan, serta dorongan dari berbagai pihak yang telah menyumbangkan pikiran, waktu, tenaga, dan lain-lainnya. Oleh karena itu, penulis juga mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk kesempurnaan skripsi ini.

Selama penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa menerima banyak dukungan, bantuan, serta doa-doa yang tiada hentinya dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan sepuh hati penulis mengucapkan terima kasih kepada:

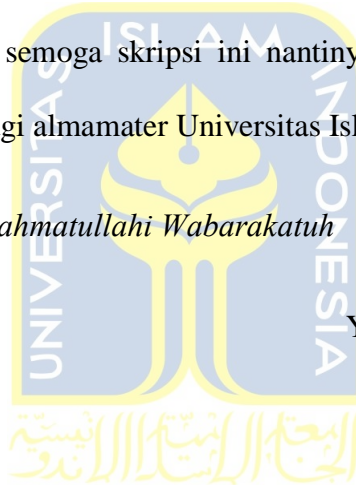
1. Ibu Diana Wijayanti, S.E.,M.Si selaku pembimbing skripsi yang telah memberikan banyak perhatian, bimbingan, serta ilmu yang bermanfaat kepada penulis selama proses penyusunan skripsi.
2. Kedua orang tua saya yang sangat saya cintai, saya sayangi, saya kasihi, Ibunda Siti Achadijah dan Ayahanda Sudarna. Serta satu-satunya adik saya yang saya sayangi Finda Nurulita Ananda, dan semua keluarga yang telah mendukung dan memberikan semangat. Semoga kebaikan kalian mendapat balasan yang setimpal dari Allah SWT.
3. Bapak Jaka Sriyana, S.E.,M.Si.,Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia.
4. Bapak Sahabudin Sidiq, Dr.,S.E.,M.A selaku Ketua Jurusan Program Studi Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia.
5. Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Ilmu Ekonomi yang telah memberikan dan mengajarkan banyak ilmu kepada penulis selama ini, sehingga penulis mampu memahami apa yang tersurat dalam skripsi ini.
6. Yuda Sagita Pratama yang saya sayangi dan cintai yang selalu membantu, memberikan dukungan, serta semangat kepada penulis dalam proses penyusunan skripsi ini.
7. Sahabat dan kawan seperjuangan yang dari dulu hingga sekarang tidak ada habisnya memberikan dukungan serta semangat, Ambar Novita Sari, Nabila Rallyanti, Dhiar Humara Mulya, Amalia Ana Rizki, Hilsa Rahma Milyumna dan teman-teman lainnya yang tidak bisa penulis sebutkan.

8. Sahabat dari SMA yang telah memberikan semangat, Laily Annisa.
9. Sahabat-sahabat dari SMP yang selalu memberikan dukungan dan semangat, Risna Fauzingsih, Nanda Kusumaningsih, Isnaini Nur Fajriyah, Aprilia Ayu Arifka.
10. Semua kawan-kawan Ilmu Ekonomi 2015 yang sudah sangat banyak membantu, berbagi ilmu dan saling menopang serta menyemangati satu sama lain selama masa perkuliahan.

Penulis berharap semoga skripsi ini nantinya akan sangat bermanfaat bagi semua pihak, terutama bagi almamater Universitas Islam Indonesia. Amin.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Yogyakarta, 08 Januari 2019



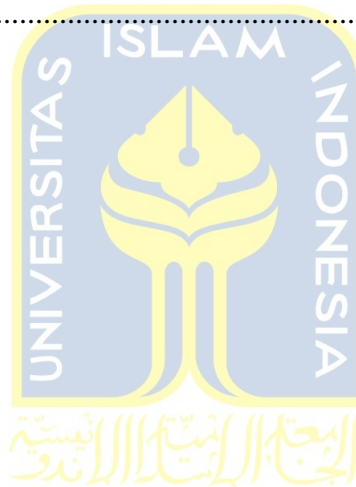
Penulis

DAFTAR ISI

PENGARUH DISRUPSI EKONOMI DIGITAL TERHADAP PENDAPATAN DAN PENGGUNAAN TENAGA KERJA PADA TRANSPORTASI KONVENSIONAL ..i	
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME.....	Error! Bookmark not defined.
PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
PENGESAHAN UJIAN.....	iv
MOTTO.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR GRAFIK.....	xvi
LAMPIRAN	xvii
ABSTRAK.....	xviii
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
Grafik 1.1.	3
Grafik 1.2.	6
Grafik 1.3.	7
1.2. Rumusan Masalah Penelitian	8
1.3. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian.....	8
BAB II.....	10
KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI	10
2.1. Kajian Pustaka	10
2.1.1. Penelitian Terdahulu.....	10
2.2. Landasan Teori.....	12

2.2.1. Permintaan Tenaga Kerja.....	12
2.2.2. Teori <i>Shut Down Point</i>	14
2.2.3. Disrupsi Ekonomi Digital	16
Gambar 2.1.....	23
Tabel 2.1.....	29
2.3. Kerangka Penelitian.....	34
Gambar 2.2.....	34
2.4. Hipotesis	35
BAB III.....	36
METODE PENELITIAN.....	36
3.1. Jenis dan Sumber Data	36
3.1.1. Jenis Data.....	36
3.1.2. Sumber Data	36
3.1.3. Variabel Data.....	36
3.2. Metode Analisis.....	37
BAB IV	42
HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	42
Tabel 4.1.....	43
Tabel 4.2.....	43
Tabel 4.3.....	43
Tabel 4.4.....	44
Tabel 4.5.....	45
Tabel 4.6.....	45
Tabel 4.7.....	46
Tabel 4.8.....	46
Tabel 4.9.....	47
Tabel 4.10.....	48
Tabel 4.11.....	48

Tabel 4.12.....	49
BAB V.....	55
SIMPULAN DAN IMPLIKASI	55
5.1. Simpulan.....	55
5.2. Implikasi.....	55
DAFTAR PUSTAKA	58
LAMPIRAN	60
Lampiran 1	60
Lampiran 2	61
Lampiran 3	62



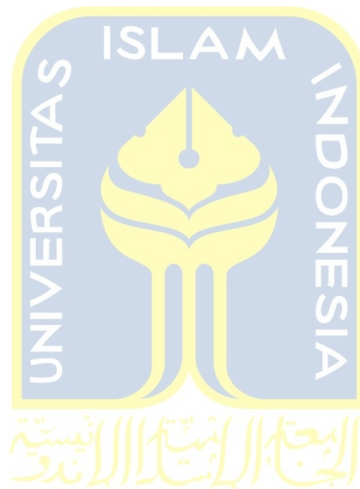
DAFTAR TABEL

Tabel 2.1.....	29
Tabel 4.1.....	43
Tabel 4.2.....	43
Tabel 4.3.....	43
Tabel 4.4.....	44
Tabel 4.5.....	45
Tabel 4.6.....	45
Tabel 4.7.....	46
Tabel 4.8.....	46
Tabel 4.9.....	47
Tabel 4.10.....	48
Tabel 4.11.....	48
Tabel 4.12.....	49



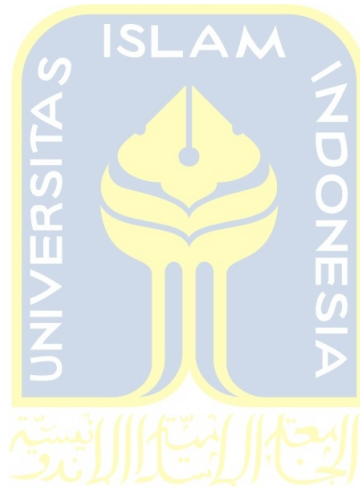
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Disruptive Demand Curve.....	23
Gambar 2.2 Kerangka Penelitian.	34



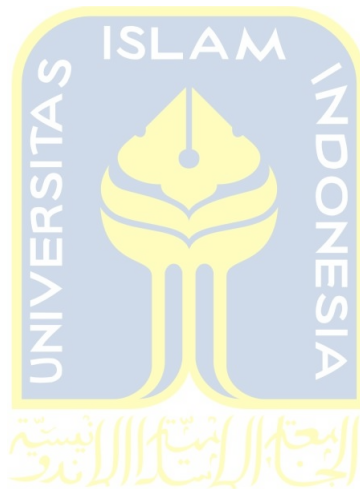
DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1 Jumlah Pengguna Smartphone di Indonesia.....	3
Grafik 1.2 Persentase Pengguna Aplikasi Transportasi Online di Indonesia.....	6
Grafik 1.3 Kinerja Emiten Taksi Kuartalan	7



LAMPIRAN

Lampiran 1 Data Kinerja Blue Bird Kuartalan	60
Lampiran 2 Data Kinerja Express Kuartalan	61
Lampiran 3 Data Penggunaan Tenaga Kerja	62



Pengaruh Disrupsi Ekonomi Digital terhadap Pendapatan dan Penggunaan Tenaga Kerja pada Transportasi Konvensional

Oleh:

Dita Ichsantia Ananda (15313278)

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk dapat mengetahui pengaruh dari adanya disrupsi ekonomi digital terhadap pendapatan dan penggunaan tenaga kerja pada transportasi konvensional. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Data yang digunakan adalah data sekunder yang bersumber dari laporan keuangan Blue Bird dan Express yang dimuat di website masing-masing penyedia jasa transportasi tersebut. Data yang sudah didapat lalu diolah menggunakan SPSS untuk dilakukan uji beda untuk mengetahui perbedaan pendapatan dan penggunaan tenaga kerja Blue Bird dan Express antara sebelum dan sesudah adanya disrupsi ekonomi digital. Hasil analisis menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan pendapatan dan penggunaan tenaga kerja Blue Bird dan Express.

Kata kunci: *Disrupsi, Ekonomi Digital, Pendapatan, Tenaga Kerja, Blue Bird, Express*



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Inovasi merupakan kunci penting dalam membangun sebuah usaha. Adanya teknologi yang semakin berkembang, membuat inovasi yang dilakukan oleh pelaku usaha untuk terus mengembangkan bisnisnya dan bertahan dari adanya pesaing. Selain itu, inovasi juga dilakukan untuk menjaga loyalitas dari konsumen agar tidak beralih ke pesaing usaha itu sendiri. Pemanfaatan teknologi dan internet yang semakin pesat membuat inovasi justru berdampak terhadap pelaku usaha yang sudah lebih dahulu berada di dalam pasar. Inovasi ini seperti suatu gangguan yang mengganggu pelaku lama yang telah berada di pasar dapat terancam dan bisa berdampak gulung tikar apabila tidak dapat menanggulangi adanya inovasi yang hadir di dalam pasar yang sama dan membentuk pasar yang baru.

Inovasi yang hadir awalnya dianggap remeh oleh pelaku lama yang sudah memiliki tempat di pasar. Namun perlahan pendapatan yang didapat menurun. Para pelaku lama mengura bahwa penurunan pendapatan tersebut karena turunnya daya beli masyarakat. Ternyata hal tersebut dikarenakan beralihnya konsumen terhadap barang atau jasa yang ditawarkan oleh pelaku lama ke barang atau jasa yang dibawa dari inovasi tersebut. Itulah yang disebut sebagai *disruption*, dan *disruption* adalah penyebabnya.

Disrupsi adalah suatu inovasi. Inovasi ini akan menggantikan sistem yang lama dengan cara-cara yang lebih baru. Disrupsi dapat menggantikan pelau lama dengan pelaku baru yang membawa keunikan. Selain itu juga menggantikan teknologi lama yang masih berwujud fisik menjadi teknologi serba digital yang dinilai lebih lebih efisien. Inovasi memang terkadang bersifat destruktif dan kreatif. Oleh karena itu hadirnya inovasi dapat membuat ada tergantikan, menghilang, bahkan mati. Disrupsi mungkin akan menghilangkan lapangan pekerjaan yang sudah ada, tetapi adanya disrupsi juga dapat menciptakan lapangan kerja baru.

Teknologi merupakan suatu penemuan terbesar yang pernah ditemukan di dunia. Hal tersebut dapat ditunjukkan dari perannya yang sangat besar di hampir semua aktivitas masyarakat. Namun, kemajuan teknologi memiliki dua sisi, di satu sisi memberikan keuntungan, di sisi lainnya memberikan dampak negatif. Teknologi merupakan bagian tidak terpisahkan dari kehidupan manusia. Masyarakat modern saat ini tidak dapat terlepas dari internet, dalam setiap aspek kehidupan mereka membutuhkan internet dalam menunjang aktivitas sehari-hari. Seperti aktivitas ekonomi. Misalnya belanja, pemesanan tiket juga memudahkan dalam mencari informasi dan berkomunikasi.

Kegiatan ekonomi Indonesia saat ini sudah memasuki era ekonomi digital, di mana setiap kegiatannya berbasis digital. Hal ini menawarkan peluang yang besar bagi pengusaha yang memiliki daya tarik dan kemampuan dalam penguasaan teknologi seperti penciptaan aplikasi yang berguna bagi masyarakat. Sehingga banyak bermunculan bisnis di era ekonomi digital, misalnya *e-commerce*, *sms-banking*, *m-*

banking, *traveloka*. Adanya ekonomi digital ternyata mempercepat laju pertumbuhan ekonomi Indonesia, terutama dalam sektor *e-commerce*, karena adanya ekonomi digital. Ekonomi digital memberikan kemudahan bagi konsumen untuk membeli barang yang diinginkan, hanya dengan melalui *smart phone* mereka.

Grafik 1.1.



Sumber: datamaya.com (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia)

Sakina Rakhma Diah Setiawan, (Kompas, Februari 2018) memberitakan bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 143,26 juta jiwa pada tahun 2017. Angka tersebut meningkat dibandingkan pada tahun sebelumnya, yakni tahun 2016 yang tercatat mencapai 132,7 juta jiwa. Jumlah pengguna internet di tahun 2017 tercatat 54,68% dari total jumlah penduduk di Indonesia yaitu sebesar 262 juta jiwa. Data tersebut merupakan hasil survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII).

Belakangan ini, kita sering menjumpai berita terkait hadirnya pelaku baru yang membawa inovasi baru dalam dunia usaha yang mengganggu keberadaan pelaku lama. Pelaku baru tersebut datang membawa inovasi yang berbeda, yang tidak terpikirkan oleh pelaku yang sudah lebih dulu berada di dalam pasar. Seperti yang saat ini masih menjadi polemik yaitu kehadiran transportasi *online* yang menggantikan transportasi konvensional. Selain itu, hadirnya *mobile banking*, nasabah memiliki kemudahan dalam melakukan transaksi sehingga mereka tidak perlu pergi ke bank maupun ke atm untuk melakukan transaksi, oleh karena itu bank tidak perlu lagi untuk menambah cabang dan atm. Serta adanya aplikasi pemesanan hotel dan tiket secara *online* yang menggantikan pemesanan secara konvensional. Hal tersebut menunjukkan bahwa hanya dengan menggunakan *smart phone* sudah sangat memudahkan masyarakat dalam melakukan setiap aktivitasnya sehari-hari.

Perkembangan teknologi berpengaruh besar terhadap arah perubahan dan inovasi. Selain itu, efisiensi dan efektivitas menyebabkan pengusaha atau produsen harus melakukan inovasi yang menunjang permintaan konsumen (pasar). Kebutuhan terhadap efisiensi menjadi sebab yang paling utama yang membuat produsen melakukan inovasi agar dapat masuk ke dalam pasar. Teknologi membawa perubahan dalam memenuhi kebutuhan baik barang dan jasa masyarakat. Hadirnya teknologi memudahkan konsumen dalam memenuhi kebutuhannya. (Edy Suandi Hamid, 2017).

Akhir-akhir ini, banyak berita tentang konflik yang terjadi antara pengemudi transportasi konvensional dengan transportasi *online*. Kehadiran inovasi dari transportasi *online* dianggap sebagai suatu gangguan terhadap usaha transportasi

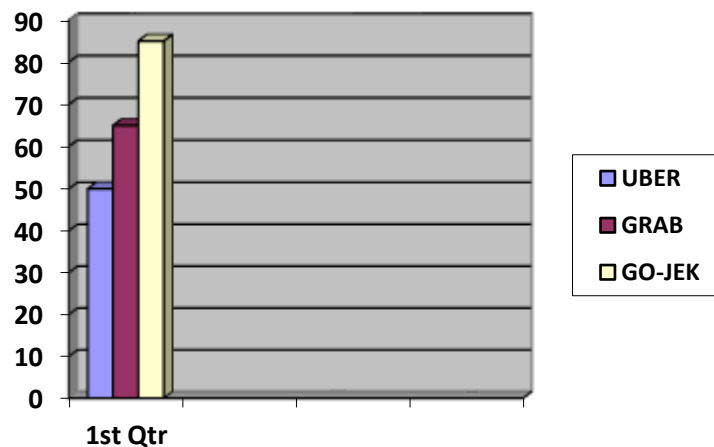
konvensional yang sudah mapan. Transportasi konvensional semakin lama semakin tergantikan karena adanya disrupsi, yaitu adanya transportasi *online*. Kenyamanan dan harga yang relative murah menjadi alasan konsumen untuk beralih menggunakan transportasi online, serta membuat transportasi *online* sangat mudah diterima oleh masyarakat.

Usaha penyedia jasa transportasi adalah usaha yang regulasinya ketat (*highly regulated*). Modal yang harus dikeluarkan banyak, sehingga tidak banyak pengusaha yang memiliki usaha transportasi, dalam hal ini adalah taksi. Apalagi rezim pemerintahan Indonesia adalah rezim perizinan dan pungutan. Perizinan yang harus dilakukan pengusaha taksi banyak dan rumit, baik itu daerah maupun pusat. Dibutuhkan surat rekomendasi dari gubernur, izin operasional dari kantor wali kota, ketersediaan *pool* dan bengkel, pelatihan untuk pengemudi, kesanggupan membayar bermacam-macam bea, seperti balik nama, pelat kuning, argometer, KIR setiap enam bulan sekali untuk dapat membuka usaha taksi. Sehingga yang dapat memiliki usaha taksi hanya beberapa orang saja.

Berbanding terbalik dengan transportasi online, dia bebas mendisrupsi usaha jasa ini. Biaya yang dikeluarkan oleh taksi konvensional tadi akan dibebankan kepada konsumen, sehingga tarifnya menjadi mahal. Transportasi online adalah jawaban dari kegelisahan konsumen. Disrupsi sangat mudah terjadi dalam usaha yang *highly regulated*. Transportasi *online* memberikan layanan yang mudah dan harga yang ramah di kantong konsumen.

Grafik 1.2.

Persentase pengguna aplikasi transportasi *online* di Indonesia



Sumber: databoks.katadata.co.id

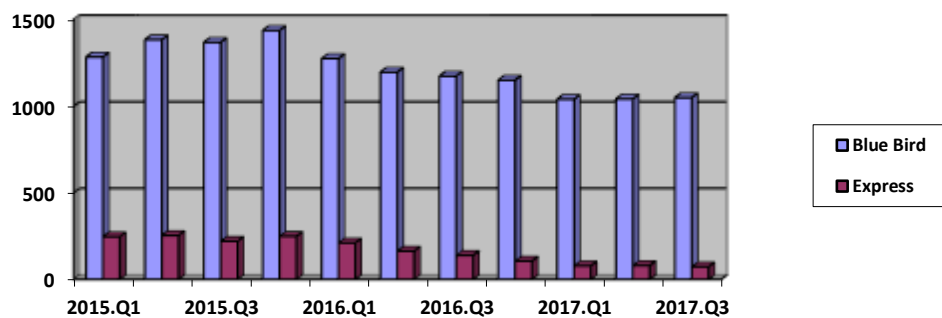
Salah satu transportasi *online* yang paling banyak digunakan masyarakat Indonesia adalah gojek. Gojek didirikan oleh Nadiem Makarim sejak tahun 2010. Saat itu belum banyak yang mengenal gojek sebagai alternatif transportasi *online*. Peruntungan gojek berubah drastis ketika meluncurkan aplikasi *mobile* di awal tahun 2015. Di pertengahan tahun 2015, gojek mengalami peningkatan yang signifikan. Aplikasi gojek telah *download* sebanyak 1600.000 kali dan penggunaanya terus meningkat. Pada tahun 2016 gojek mengeluarkan layanan baru yaitu GoCar yang menawarkan pelayanan transportasi mobil.

Setelah GoJek mengeluarkan layanan barunya yaitu GoCar, hal itu tentu berdampak terhadap transportasi konvensional, terutama taksi. Ada dua perusahaan taxi terbesar yang terkena dampak atas hadirnya GoCar, yaitu Blue Bird dan Express.

Dua perusahaan transportasi konvensional tersebut mengalami penurunan pendapatan sejak tahun 2016, karena GoJek memiliki tarif yang lebih murah dan mudah dalam penggunaannya akibat penggunaan teknologi yang memudahkan masyarakat dalam beraktivitas.

Grafik 1.3.

Kinerja emiten taksi kuartalan (dalam Rp Miliar)



Sumber: tirto.id (Laporan Keuangan Blue Bird dan Express)

Kebanyakan orang mengira bahwa konsumen lebih memilih menggunakan transportasi online karena harganya yang relatif lebih murah. Namun pada kenyataannya tidak seperti itu. Tarif yang diberikan oleh transportasi online itu terkadang juga tidak murah, terutama ketika permintaan terhadap transportasi online sedang meningkat, yaitu pada waktu jam sibuk. Harganya bisa naik, tetapi konsumen tetap memilih menggunakan transportasi online karena praktis, efektif, dan efisien. Ketika menaiki transportasi online yaitu taksi online, konsumen bisa menaiki seperti mobil pribadi, karena tidak terlihat bahwa yang ditumpangi adalah transportasi

umum, tidak terdapat tulisan “taksi” dan pembayarannya pun dapat dilakukan secara digital sehingga konsumen tidak terlihat sedang melakukan transaksi.

Adanya kemajuan teknologi membuat adanya disrupsi, dimana menuntut suatu perusahaan untuk mengambil tindakan seperti melakukan penyesuaian atas disrupsi ekonomi digital untuk tetap mempertahankan usahanya, agar tidak terkena eksternalitas dari disrupsi ekonomi digital. Namun, ada manfaat dari disrupsi yaitu kemudahan atau efektivitas produksi barang dan jasa, perusahaan tidak perlu membuka cabang lagi karena adanya kemudahan yang diberikan karena adanya ekonomi digital. Di sisi lain, hal ini akan berdampak pada pengurangan permintaan tenaga kerja. Sebab dengan adanya kemajuan teknologi, perusahaan tidak perlu menambah tenaga kerjanya yang dirasa bisa menghemat biaya produksi.

1.2. Rumusan Masalah Penelitian

Apakah ada perbedaan dari sisi pendapatan dan penggunaan tenaga kerja dalam transportasi konvensional (Express dan Blue Bird) setelah adanya disrupsi ekonomi digital dengan hadirnya transportasi *online*.

1.3. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

1.3.1. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui apakah ada perbedaan dari sisi pendapatan dan penggunaan tenaga kerja dalam transportasi konvensional (Express dan Blue Bird) setelah adanya disrupsi ekonomi digital dengan hadirnya transportasi *online*.

1.3.2. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat berguna dan bermanfaat bagi penulis dan pihak – pihak lain yang berkepentingan, yaitu:

1. Bagi penulis, penelitian ini sebagai salah satu syarat mendapatkan gelar sarjana di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia. Selain itu dari penelitian ini diharapkan penulis dapat mengerti dan mengetahui pengaruh disrupsi ekonomi digital terhadap pendapatan dan penggunaan tenaga kerja pada transportasi konvensional.
2. Bagi dunia pendidikan, diharapkan penelitian yang telah dilakukan dapat digunakan sebagai gagasan dan pemikiran, maupun untuk perbandingan bagi akademisi yang melakukan penelitian sejenis.
3. Bagi pemerintah dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat dijadikan masukan dalam pengambilan keputusan maupun kebijakan ekonomi dalam mengatasi adanya disrupsi yang mulai mengancam usaha-usaha konvensional, terutama yang *highly regulated*.


BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

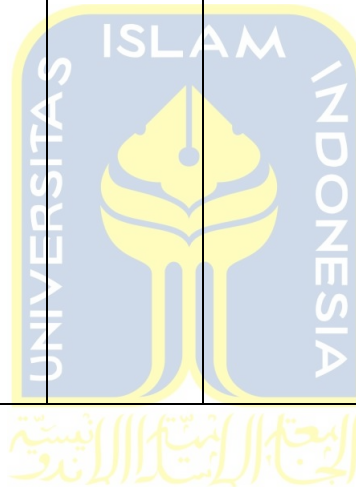
2.1. Kajian Pustaka

2.1.1. Penelitian Terdahulu

Nama dan Tahun	Judul	Alat Analisis	Variabel	Hasil
Divianto, 2014	Pengaruh Upah, Modal, Produktivitas, dan Teknologi terhadap Penyerapan Tenaga Kerja pada Usaha Kecil-Menengah di Kota Palembang	Regresi Linier Berganda	Upah, modal, produktivitas, teknologi, dan penyerapan tenaga kerja	Upah tidak berpengaruh signifikan terhadap tenaga kerja, produktivitas tidak berpengaruh signifikan terhadap penyerapan tenaga kerja, modal berpengaruh signifikan terhadap penyerapan tenaga kerja, dan variabel investasi teknologi tidak berpengaruh signifikan terhadap penyerapan tenaga kerja.
Rusydi, 2017	<i>Disruptive Innovation</i> dalam Kajian Hukum Persaingan Usaha	Studi Kasus		Hadrynya inovasi yang dianggap sebagai suatu ancaman sejatinya memberikan lebih banyak manfaat untuk konsumen dengan penggunaan internet dan teknologi yang semakin berkembang. Hal ini merubah perilaku dan budaya dalam suatu usaha akibat yang ditimbulkan atas hadirnya inovasi yang mengganggu seharusnya

				diatur dengan lebih baik oleh pemerintah, karena jika tidak, maka akan menimbulkan kerushakan pada struktur pasar yang sudah ada, terciptanya ketidakstabilan ekonomi, dan sosial masyarakat.
Pribadiono, 2016	Transportasi <i>Online</i> vs Transportasi Tradisional Non- <i>Online</i> Persaingan Tidak Sehat Aspek Pemanfaatan Aplikasi oleh Penyelenggara <i>Online</i>	Studi Kasus		Teknologi yang semakin berkembang memberikan gangguan yang tidak dipikirkan oleh perusahaan yang sudah masuk dan menguasai pasar, hal ini terjadi pada segala macam bidang usaha yang ada. Gangguan tersebut hadir membawa inovasi baru, yaitu memanfaatkan teknologi dengan membuat suatu aplikasi <i>online</i> . Inovasi ini mengenai bidang usaha yang sudah ada dan berdampak, karena teknologi yang semakin berkembang memudahkan dalam menjalankan bisnis dan dalam berhubungan dengan konsumennya. Oleh karena itu, hadirnya teknologi membuat adanya persaingan tidak hanya dengan bertatap muka secara langsung, tapi bisa dilakukan dalam suatu jaringan.

Adhikara, 2005	Siapa Konsumen Kita?: Analisis Perubahan Konsumen di Era "Ekonomi Baru"	Studi Kasus	Penggunaan teknologi canggih dan internet di segala bidang	Kemajuan teknologi membuat ekonomi telah berubah, dengan bantuan internet yang mudah diakses oleh banyak orang, menghadirkan Ekonomi Baru, yaitu Ekonomi Digital. Kemunculan ekonomi digital ditandai dengan pemanfaatan teknologi oleh pelaku usaha agar terceptanya efektifitas dan efisiensi, pemanfaatan interdet di berbagai sector, dan kegiatan jual beli dapat dilakukan tanpa perlu bertemu secara langsung. Oleh karena itu, hadirnya ekonomi baru membuat perilaku konsumen menjadi berubah.
----------------	-------------------------------------------------------------------------	-------------	------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------



2.2. Landasan Teori

2.2.1. Permintaan Tenaga Kerja

Teori permintaan tenaga kerja adalah teori yang menjelaskan seberapa banyak suatu perusahaan akan mempekerjakan tenaga kerja dengan berbagai tingkat upah pada suatu periode tertentu. Fungsi permintaan kerja biasanya didasarkan kepada teori neoklasik, dimana dalam ekonomi pasar diasumsikan bahwa seorang pengusaha tidak dapat mempengaruhi harga (*price taker*). Dalam hal maksimalkan laba, pengusaha hanya dapat mengatur berapa jumlah karyawan yang dapat dipekerjakan.

Fungsi permintaan suatu perusahaan akan tenaga kerja didasarkan pada: (1) tambahan hasil marjinal, yaitu tambahan hasil (output) yang diperoleh dengan penambahan seorang pekerja atau istilah lainnya disebut *Marginal Physical Product* dari tenaga kerja (MPPL), (2) penerimaan marjinal, yaitu jumlah uang yang akan diperoleh pengusaha dengan tambahan hasil marjinal tersebut atau istilah lainnya disebut *Marginal Revenue* (MR). Penerimaan marjinal disini merupakan besarnya tambahan hasil marjinal dikalikan dengan harga per unit, sehingga $MR = VMPPL = MPPL \cdot P$, dan (3) biaya marjinal, yaitu jumlah biaya yang dikeluarkan pengusaha dengan mempekerjakan tambahan seorang pekerja, dengan kata lain upah karyawan tersebut. Apabila tambahan penerimaan marjinal lebih besar dari biaya marjinal, maka mempekerjakan orang tersebut akan menambah keuntungan pemberi kerja, sehingga ia akan terus menambah jumlah pekerja selama *Marginal Revenue* (MR) lebih besar dari tingkat upah.

Peningkatan jumlah tenaga kerja dalam suatu perusahaan tidak dilakukan untuk jangka pendek, walaupun permintaan masyarakat terhadap produk yang dihasilkan tinggi. Dalam jangka pendek, pengusaha lebih mengoptimalkan jumlah tenaga kerja yang ada dengan penambahan jam kerja atau penggunaan mekanisme, sedangkan dalam jangka panjang kenaikan jumlah permintaan masyarakat akan direspon dengan menambah jumlah tenaga kerja yang dipekerjakan. Hal ini berarti terjadi penyerapan tenaga kerja baru.

Permintaan tenaga kerja terjadi pada pasar input, di mana struktur pasar input merupakan pasar persaingan sempurna atau tidak sempurna, akan

mempengaruhi tingkat kesempatan kerja dan tingkat upah pasar. Permintaan tenaga kerja juga dibedakan menjadi permintaan tenaga kerja dalam jangka pendek dan permintaan tenaga kerja dalam jangka panjang. Dalam jangka pendek, faktor produksi tenaga kerja dianggap variabel artinya dapat berubah jumlahnya, permintaan tenaga kerja dalam jangka panjang menganggap kedua faktor produksi tersebut bersifat variabel.

Permintaan Tenaga Kerja dalam Jangka Pendek

Permintaan tenaga kerja dapat dibedakan menjadi permintaan oleh individu perusahaan atau industri dan permintaan tenaga kerja oleh pasar tenaga kerja. Permintaan oleh individu perusahaan akan membentuk permintaan tenaga kerja oleh industri. Sedangkan permintaan tenaga kerja oleh seluruh industri akan membentuk permintaan tenaga kerja oleh pasar tenaga kerja.

Permintaan Tenaga Kerja dalam Jangka Panjang

Permintaan tenaga kerja dalam jangka panjang mempunyai pengertian apabila seluruh faktor produksi, seperti tenaga kerja dan modal, adalah tidak tetap (variabel). Tujuan utama perusahaan adalah memaksimalkan profit dan meminimalkan biaya produksi.

2.2.2. Teori *Shut Down Point*

Dalam situasi persaingan di pasar global yang sangat kompetitif sekarang ini, efisiensi bagi perusahaan menjadi sangat penting, karena yang menjadi tujuan utama dalam strategi produksi adalah menghasilkan output pada tingkat tertentu sesuai

dengan permintaan pasar (konsumen), dengan biaya yang seminimum mungkin agar harga jual yang ditetapkan dapat kompetitif di pasar global itu.

Pada semua perusahaan, beberapa kondisi berikut ini berlaku, yaitu perusahaan mendapatkan laba positif, perusahaan mengalami kerugian, perusahaan mencapai titik impas (tingkat penghasilan normal yang berarti laba nol). Ketika memperoleh laba positif jangka pendek maka akan mendorong perusahaan untuk terus meraih laba dan untuk berekspansi dalam jangka panjang.

Pada semua perusahaan, beberapa kondisi berikut ini berlaku, yaitu perusahaan mendapatkan laba positif, perusahaan mengalami kerugian, perusahaan mencapai titik impas (tingkat penghasilan normal yang berarti laba nol). Ketika memperoleh laba positif jangka pendek maka akan mendorong perusahaan untuk terus meraih laba dan untuk berekspansi dalam jangka panjang.

Perusahaan dalam menjalankan operasinya ada kemungkinan mengalami keuntungan dan kerugian. Ketika perusahaan mengalami kerugian jangka pendek, hal ini akan menyudutkan perusahaan dalam industri, apakah harus berproduksi atau tidak untuk sementara waktu karena masih harus membayar biaya tetap meskipun menghentikan produksi. Ketika kerugian tersebut terjadi dalam jangka panjang akan memaksa perusahaan untuk memutuskan apakah harus mengekspansi atau mengurangi ukuran produksi. Atau harus diputuskan apakah akan tetap bertahan atau keluar dari industri.

Shut-down point bagi perusahaan terjadi apabila harga output (P) sama dengan biaya variable rata-rata (AVC). Pada kondisi ini apabila perusahaan tetap memproduksi dan dapat menjual semua output yang dihasilkan, maka perusahaan tersebut akan rugi sebesar biaya tetapnya. Kerugian sebesar biaya tetap itu juga dialami oleh perusahaan tersebut apabila ia tidak memproduksi. Apabila harga output lebih kecil daripada biaya variable rata-rata (AVC), maka perusahaan tersebut lebih baik menutup usahanya. Karena apabila ia menutup usahanya, maka ia rugi sebesar biaya tetapnya saja. Sedangkan apabila ia meneruskan usahanya, maka ia akan rugi sebesar biaya tetap ditambah dengan biaya variable, yaitu selisih biaya variable rata-rata dengan harga output.

Ketika harga berada di bawah titik minimum (juga merupakan perpotongan dengan biaya marginal, dan disebut juga titik penutupan usaha - shut-down point) dari kurva biaya variabel rata-rata maka akan terjadi hal-hal sebagai berikut: penerimaan total lebih kecil dari biaya variabel total, laba operasi menjadi negative, perusahaan akan tutup.

2.2.3. Disrupsi Ekonomi Digital

Konsep tentang *digital economics* awalnya dicetuskan oleh Tapscott (1998), bahwa digital ekonomi memaparkan adanya suatu sosio politik dan suatu bentuk ekonomi yang bercirikan dengan suatu ruang yang cerdas di mana meliputi adanya akses informasi dan proses komunikasi. Elemen dari ekonomi digital diperkenalkan melalui suatu usaha yang bergerak dalam teknologi informasi dan telekomunikasi,

kegiatan yang sekarang sering digunakan oleh masyarakat modern dalam memenuhi kebutuhannya melalui *platform e-commerce* maupun penjualan barang dan jasa secara digital karena adanya kemajuan internet, seperti jual *online* yang dilakukan melalui *social media*.

Konsep *digital economics* juga dipaparkan oleh Zimmerman (2000), dia menjelaskan bahwa digital ekonomi adalah proses digitalisasi berita, data, fakta maupun penjelasan dan prasarana teknologi informasi dan komunikasi. Pemikiran Zimmerman ini sering dipakai untuk memperlihatkan akibat-akibat dari globalisasi teknologi informasi dan komunikasi tetapi lingkungannya bukan hanya membahas pada penggunaan internet tetapi merambah hingga aspek produktif (ekonomi). Ide ini menjadi prinsip terkait perubahan budaya dan kebiasaan masyarakat modern seperti saat ini akibat hadirnya inovasi yang dibawa beserta kemajuan teknologi dan mudahnya akses internet bagi semua masyarakat berakibat pada perekonomian, baik itu mikro maupun makro. Pasar tidak lagi suatu tempat di mana terdapat penjual dan pembeli yang bertemu secara langsung, tetapi melalui platform yaitu secara digital.

Disruptive Innovation dapat diartikan sebagai inovasi yang mengganggu, bahkan merusak. Maksudnya adalah hadirnya inovasi ini berbeda, bisa dibilang unik dan tidak terpikirkan dan sering dikesampingkan oleh pelaku lama yang sudah merasa besar dan tangguh karena menguasai pasar, akibat terlalu percaya diri. Sehingga pelaku lama yang telah mapan menjadi goyah karena hadirnya pelaku kama yang tak terlihat gerak-geriknya. Tiba-tiba secara tidak disadari terjadi penurunan pendapatan maupun laba yang didapat. Daya saing biasanya dijadikan sebagai faktor

yang membuat penurunan pendapatan dan laba perusahaan. Namun kenyatannya, penurunan tersebut karena berpindahnya konsumen dari barang atau jasa yang ditawarkan oleh pelaku lama ke inovasi yang mengganggu tersebut. Inovasi tersebut menawarkan kemudahan dalam mengakses atau mendapatkan karena telah menggunakan teknologi dan internet, serta harga yang relatif lebih murah. Akibatnya, disrupsi melahirkan dunia baru, yaitu *digital marketplace*. Pasar digital atau merupakan tempat baru bagi pelaku usaha *disruption*. Ketika tatanan pasar berganti, maka konsumen ikut berpindah.

Saat ini masyarakat dihadapkan pada peperangan yang tiba-tiba, tak terlihat kehadirannya. Pelaku lama yang tidak memiliki antisipasi dan mendisrupsi dirinya sendiri karena merasa apa yang ditawarkan sudah disukai oleh masyarakat, tidak paham bahwa budaya dan kebiasaan sudah berubah, sudah tidak lagi secara konvensional. Akibatnya, pelaku lama ini pun kalah dan tergantikan oleh pelaku baru. Pelaku baru yang melakukan disrupsi terhadap usaha konvensional akhirnya merenggup pasar pelaku lama. Pasar yang saat ini terbentuk sudah tidak lagi berupa bangunan seperti toko, Gedung, atau tempat pertemuan fisik dari banyak orang. Bagi pengambil kebijakan (regulator) setiap usaha itu harus memiliki izin usaha, tetapi itu hanya berlaku pada usaha konvensional. Namun zaman telah berganti, kini masyarakat modern, kaum muda atau biasa yang disebut generasi *millennials* hidup di dunia yang berlainan, dunia sekarang serba teknologi dan internet sehingga disebut dunia virtual.

Gurley (2012) menjelaskan bahwa ada sepuluh syarat agar *digital marketplace* dapat terbentuk. Kesepuluh itu tidak terlihat, diantaranya:

1. Apakah *marketplace* yang dibuat dapat merespons desakan dari masyarakat modern yang meminta adanya kemudahan dan efisiensi dari barang dan jasa yang ditawarkan. Beralihnya budaya dan kebiasaan akibat disrupsi ekonomi digital kini membuat masyarakat ingin lebih cepat dan praktis, dapat dilakukan secara *mobile* (di mana saja) dan dengan harga yang lebih murah.
2. Apakah *marketplace* dapat memberikan tambahan nilai yang lebih besar dari pasar yang selama ini ada. Adanya teknologi dan internet memudahkan masyarakat dalam mendapatkan nilai atau keuntungan dengan memanfaatkan digitalisasi dan menawarkan asset-aset yang tidak terpakai (menganggur) melalui dunia digital.
3. Apakah *marketplace* menggunakan teknologi yang sudah maju untuk menjamin kepraktisan. Teknologi yang semakin maju dan internet yang semakin mudah didapat dan dijangkau oleh masyarakat harus digunakan secara bijak terutama dalam hal pemanfaatan dan pengembangannya agar lebih berdaya guna.
4. Apakah *marketplace* mampu mengintegrasikan pasar yang telah terfragmentasi. Misalnya *platform* ini mampu tersedia para investor dan orang yang membutuhkan modal. Terutama pembiayaan yang dilakukan itu sulit untuk diberikan oleh perbankan. Usaha yang menawarkan produk-

produk inovatif yang memiliki risiko tinggi biasanya pihak bank akan sulit memberika, karena dana yang dimiliki bank bersumber dari dana pihak ketika (nasabah) yang harus dijaga likuiditasnya.

5. Apakah *marketplace* memudahkan pemasok-pemasok untuk saling berintegrasi. Pasar yang konvensional memerlukan regulasi yang rumit, misalnya beban-beban yang harus dikeluarkan, seperti biaya promosi dan sewa tempat (gedung). Namun hadirnya ekonomi digital mempermudah pemasok atau menjual menawarkan produk atau jasanya. Produknya dapat ditawarkan melalui *social media* seperti *online shop* atau melalui *platform* lain seperti tokopedia, shopee, hijup.
6. Apakah *marketplace* dapat melayani permintaan dalam jumlah besar. Di saat internet sudah mudah diakses oleh banyak orang maka akan mempermudah dalam mengintegrasikan pelaku usaha mikro maupun perseoranga agar dapat memenuhi permintaan yang banyak.
7. Apakah *marketplace* dapat diperlebar penggunaannya sehingga dapat dinikmati oleh lebih banyak orang lagi yang sebelumnya belum bisa terlayani. Hal ini dapat dilakukan dengan adanya sharing economy dapat memanfaatkan asset yang menganggur menjadi lebih produktif. Sehingga konsumen lebih banyak pilihan dan harga yang ditawarkan lebih murah. Oleh karena itu, lebih banyak lagi orang yang dapat menjangkau atau mempergunakan barang atau layanan jasa yang sebelumnya tidak bisa dijangkau oleh konsumen, terutama konsumen kelas menengah ke bawah.

8. Apakah *marketplace* dapat melayani kebutuhan dari aktivitas manusia sehari-hari, misalnya membeli makanan atau minuman, kunjungan ke dokter, pemeriksaan kesehatan, bahkan untuk belajar. Misalnya hadirnya kuliah secara *online* yang sudah dilakukan oleh banyak universitas sehingga menjadi alternatif belajar yang lebih menyenangkan.
9. Apakah situs *marketplace* mampu mengintegrasikan cara pembayaran. Di era digitalisasi, kini metode pembayaran tidak perlu dengan uang secara fisik (tunai). Pembayaran dapat dilakukan secara *online*, sehingga lebih efektif, efisien dan aman karena tidak perlu banyak membawa uang tunai yang banyak di mana memicu tindakan kriminalitas.
10. Apakah *marketplace* dapat mendongkrak efek jejaring. Ini merupakan perbedaan yang mendasar antara produk-produk konvensional yang linier dengan dunia digital, dimana *platform* sudah dihubungkan dengan jejaring.

Internet Gelombang Ketiga

Alvin Toffler (1980) meramalkan bahwa dunia telah memasuki gelombang ketiga, begitu pula dengan internet. Gekombang ketiga yang dipaparkan oleh Toffler menunjukkan bahwa munculnya era informasi: “Suatu populasi global elektronik ketika manusia dengan mudahnya mengakses jasa dan informasi tanpa adanya hambatan dan dapat menciptakan paguyubannya, dapat berinteraksi tidak lagi berdasarkan letak geografi, tetapi karena kesamaan kepentingan.”

Di atas merupakan ramalan Toffler yang dipaparkan pada tahun 1980. Ramalan itu mendorong para pelaku pelopor, pembaharu, dan disruptor teknologi sehingga terbentuklah internet.

Steve Case (2016), penggagas America Online (AOL) merupakan salah satu yang terpengaruh karya Toffler. Dia membagi dunia internet menjadi tiga gelombang.

1. Gelombang Pertama (1985-1999) – *From Zero to One*

Pada gelombang pertama adalah hadirnya konektivitas internet. Produk-produk yang dihasilkan pada gelombang pertama adalah untuk membuka akses seperti perangkat lunak dasar, modem, mikroprosesor, perangkat keras, dan jejaring untuk saling menghubungkan.

2. Gelombang Kedua (2000-2015) – Aplikasi dan Komersialisasi

Pada gelombang ini disambut suka cita oleh banyak orang karena sudah saling terkoneksi dan lahirnya alat pencari yang hingga saat ini terus dipakai oleh kebanyakan orang, yaitu Google. Pada era ini pula mulai berkembangnya social media yang bermanfaat untuk membagikan personal diri (profil), seperti hobi dan aktivitas sehari-hari masing-masing orang. Hal ini membuat masyarakat berinteraksi melalui dunia maya, tidak perlu bertemu secara fisik.

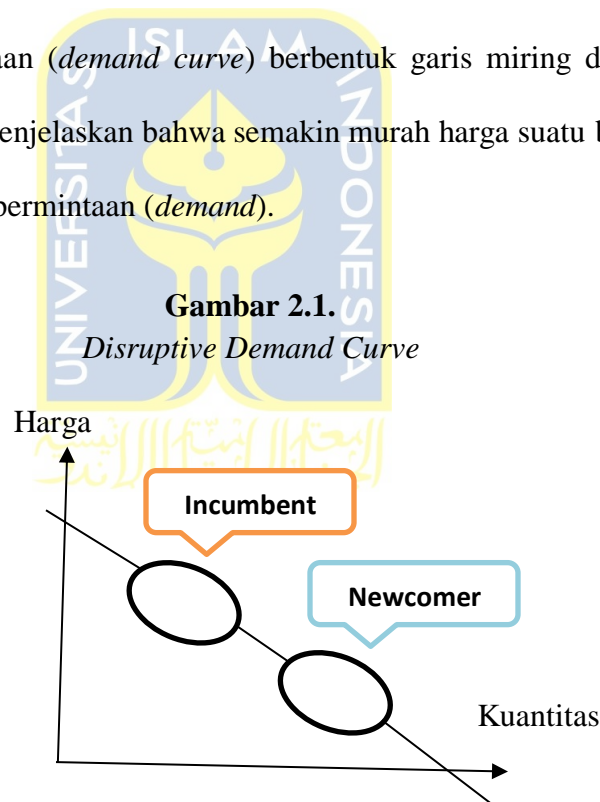
3. Gelombang Ketiga (2016) – *Era Internet of Things*

Pada gelombang ini internet sudah bisa dinikmati oleh masyarakat secara bebas. Hadirnya internet serta perkembangannya yang begitu pesat memudahkan masyarakat dalam menjalankan aktivitasnya, seperti kegiatan

ekonomi, pendidikan, maupun dakwah (keagamaan). Namun di sisi lain juga memiliki dampak negatif, seperti kriminalitas, penyebaran obat-obatan terlarang, perdagangan manusia. Di era ini mulai marak berkembang orang-orang yang menawarkan barang maupun jasanya melalui dunia maya, sehingga hal ini dapat mengganggu pelaku lama yang sudah berada di dalam pasar.

Disruptive Demand Curve

Kurva permintaan (*demand curve*) berbentuk garis miring dari kiri atas ke kanan bawah, hal ini menjelaskan bahwa semakin murah harga suatu barang atau jasa maka semakin banyak permintaan (*demand*).



Gambar 2.1.

Disruptive Demand Curve

Sumber: *Disruption* (2017:152)

Christensen berpendapat bahwa pelaku lama selalu fokus hanya pada segmen pasar yang di atas (sisi kiri atas kurva permintaan) yang akan menciptakan profit yang tinggi. Pelaku lama dengan keahlian dalam hal pemasaran tidak mau melakukan

inovasi yang berbeda, yang tak terpikirkan, inovasi yang diciptakan biasa-biasa saja. Pelaku lama hanya menerapkan inovasi lebih kepada hal modifikasi, seperti memperkuat *branding*, memperbaiki produk, promosi, kemasan, iklan, pelayanan, humas, dan program-program yang mendukung kesinambungan produk. Pelaku lama ingin memiliki *brand* unggul, tetapi mereka terjerat oleh “*problematic brand*” dengan sumber daya manusia yang pasif dan kurang memahami *brand*-nya begitu dalam. *Brand* yang unggul akan dilepaskan sehingga akan bekerja sendiri di pasar. *Brand* yang kuat akan membuat sumber daya manusia perusahaan menjadi lebih pasif, karena sudah terlena dari nama besar perusahaan.

Hadirlah pelaku baru yang menyerobot segmen pasar pelaku lama, hal ini tidak terdeteksi oleh pelaku lama sehingga terasa secara tiba-tiba. Padahal pelaku baru itu menembus segmen pasar melalui kaki pelaku lama dengan menciptakan pasar pada segmen kelas menengah ke bawah yang biasanya jarang disentuh oleh pelaku lama dengan menawarkan harga yang lebih murah. Pelaku baru menerobos segmen pasar dari bawah dan menciptakan pasar yang benar-benar baru. Oleh karena itu, sebagian besar pangsa pasarnya akan beralih ke bawah, sehingga dominasi pelaku lama mulai berkurang, bahkan pasarnya berpotensi hilang.

Konsumen terutama masyarakat modern menginginkan suatu pembaharuan, yang lebih efisien. Perilaku konsumen pun akhirnya berganti. Pelaku baru melakukan disrupsi dengan mengganti pasar menjadi *platform* bisnis yang didukung oleh kemajuan teknologi dan akses internet yang semakin kuat. Hal ini merupakan

disruptive marketing dalam *disruptive demand curve*. Pelaku baru memiliki etos kerja yang besar, mereka adalah *start-up*.

Brand yang diciptakan oleh pelaku baru memang belum banyak diketahui oleh masyarakat, hal itu lah yang membuat keuletan dalam berwirausaha menjadi kekuatannya. Pelaku baru adalah mereka yang masih muda, dinamis, cakap, yang mendobrak pasar pelaku lama tanpa disadari oleh mereka yang sudah mapan di dalam pasar. Pelaku baru tiba-tiba muncul dan tidak terlihat, pendapatan maupun laba pelaku lama berkurang secara tiba-tiba.

Di sisi lain, pelaku lama merupakan generasi yang sudah tua yang sudah mantap dan stabil. Adanya disrupsi membuat pelaku lama mengalami 3S, yaitu pelaku lama akan terkejut (*surprise*) karena adanya peralihan pasar secara tiba-tiba (*sudden shift*), dan dampaknya dirasakan begitu cepat (*speed*).

Disrupted Response

Pelaku lama yang tidak mampu mengatasi adanya gangguan dari hadirnya inovasi baru yang dibawa oleh pelaku baru akan melakukan tindakan terakhir, yaitu dengan melakukan pemutusan hubungan kerja sumber daya manusia yang dimilikinya. Hal tersebut dilakukan untuk memancing regulator agar melakukan suatu kebijakan untuk membantu pelaku lama untuk menyelamatkan usahanya. Itulah yang akan dilakukan oleh pelaku lama yang merasa terdisrupsi oleh inovasi yang tak mereka pikirkan akan terjadi dan menimpa usahanya yang sudah kokoh di dalam pasar. Namun, pihak regulator belum mampu merespon dari aduan pelaku lama,

karena mereka pun juga tidak menyangka akan munculnya disrupsi yang mengganggu pelaku lama.

Rangkaian peraturan dan kebijakan yang dimiliki regulator cenderung hanya dapat diimplementasikan dalam mengatur usaha pelaku lama, karena produk-produk regulator sudah kuno. Perubahan teknologi dan selera pasar tidak dapat direspons. Pemerintah selaku regulator juga merasa terancam karena disrupsi dari hadirnya inovasi baru tersebut mengancam pendapatan mereka dari sisi perizinan dalam suatu usaha.

Jenis usaha yang bergerak dilakukan secara *online* melalui dunia maya dengan pelaku yang terbagi secara luas menggunakan strategi ekonomi berbagi dan saling berkolaborasi dapat menurunkan harga. Kemajuan teknologi mengubah cara-cara lama yang harus membayar kepada pemerintah, seperti retribusi, pajak, penghasilan negara bukan pajak, biaya rekomendasi, pemeriksaan-pemeriksaan, surat-surat, dan izin lokasi.

Pelaku usaha yang menggunakan ekonomi berbagi memperkuat kekuatan kerja sama dari bidang informal, yang selama ini mempunyai asset-aset yang tidak digunakan. Kebanyakan dari para pelaku usaha yang menerapkan ekonomi berbagi merupakan golongan masyarakat atau pekerja yang memiliki penghasilan rendah, bahkan pendapatannya termasuk Penghasilan Tak Kena Pajak (PTKP). Apabila penghasilan yang didapat terkena pajak, masing-masing orang melaporkan sendiri penghasilan yang diterima kepada kantor pajak. Hal ini memerlukan edukasi bagi

para pelaku usaha ini agar mereka memahami, seperti pada masa *self-assessment* dimulai.

Pemerintah selaku pembuat kebijakan belum mengerti dan tidak fokus pada keikutsertaan rakyat dalam menjalankan ekonomi berbagi, melainkan hanya terfokus kepada apa yang tertulis dalam mekanisme perizinan dan pungutan yang akan diterima. *Disruptive economy* memerlukan *disruptive leader*, *disruptive bureaucrat*, dan *disruptive mindset*. Cara pandang yang baru merupakan hal yang dibutuhkan untuk membuat bangsa Indonesia kompetitif di pasar dunia. Apabila tidak, maka keputusan yang diambil pemerintah akan terkesan tidak adil, hanya memihak golongan tertentu.

Banyak pihak yang belum memahami bahwa telah terjadi revolusi, terutama pada aspek-aspek tertentu, antara lain:

- a. Teknologi Informasi-menyambungkan semua orang, baik dari sisi yang membutuhkan (*demand side*) maupun yang menawarkan (*supply side*).
- b. Deflasi-*disruptive innovation* dilakukan dengan usaha-usaha yang sesungguhnya untuk memberikan “*value*” yang lebih besar untuk konsumen dan penyedia jasa melalui ekonomi biaya rendah. Oleh karena itu, terbentuklah harga dari barang atau jasa yang lebih murah.
- c. Ekonomi Berbagi-inovasi yang dibuat tidak hanya fokus pada produk, tetapi pada bentuk usaha. Model yang dipilih misalnya adalah ekonomi berbagi, yaitu ekonomi yang dilakukan secara gotong-royong, *sharing resources*, atau biasa disebut ekonomi kolaborasi.

- d. Teknologi *Statistik*-memanfaatkan *big data analytics*, yaitu statistik *big data* tidak lagi *time series*, tetapi *real time*. Oleh karena itu, persediaan dapat diberikan saat terjadi permintaan. Hal ini membuat biaya yang dilakukan saat mencari dan biaya transaksi yang biasanya dibebankan kepada pelanggan menjadi turun.
- e. Keikutsertaan Asset-Aset yang Mengganggu-ekonomi berbagi diupayakan untuk memanfaatkan asset-aset masyarakat yang tidak digunakan pada saat konsumsi sedang berlangsung.

Sustaining Vs. Disruptive Inovation

Pelaku lama lebih memilih untuk melakukan pengembangan strategi *sustaining innovation*, yaitu inovasi-inovasi yang ditujukan untuk melindungi pasar yang sudah ada seperti ilmu pemasaran pada umumnya, seperti *branding*, strategi pelayanan, menurunkan biaya, membenahi kapasitas mesin atau sumber daya manusia, atau melakukan modifikasi. Oleh karena itu, pelaku baru menerobos pasar melalui “kaki” pelaku lama, mengambil pasar di golongan menengah ke bawah.

Pelaku baru terkadang mengelabui pelaku lama yang dinilai sombong atas kekuatannya di dalam pasar. Pelaku baru tidak hanya mengambil segmen pasar di golongan bawah, tetapi mereka ingin membentuk pasar yang baru. Konsumen setia pelaku lama juga berpotensi beralih ke pasar yang ditawarkan oleh pelaku baru, ini disebut *sudden shift*. Modifikasi yang dilakukan oleh pelaku baru terkesan ekstrem, mengubah peta dasar dengan menciptakan budaya dan kebiasaan baru untuk pelanggan yang mulai menjadi masyarakat modern.

Disrupsi akan terus terjadi sampai tiba di titik keseimbangannya. Selama itu, perubahan akan terus terjadi perlawanan dan pertengkaran terkait regulasi. Kunci dari semua itu adalah pemimpin yang harus bijaksana, yang mampu berpikir secara terbuka.

Disrupsi adalah suatu proses, yang terbentuk tidak secara tiba-tiba. Diawali dengan ide, riset, proses pembuatan, pengembangan model bisnis. Ketika berhasil, pelaku baru akan mengembangkan usahanya di titik terbawah pasar yang biasanya diabaikan oleh pelaku lama, kemudian sedikit demi sedikit akan menggerus ke atas menuju segmen yang telah dikuasai pelaku lama. Masuk ke dalam dengan model bisnis yang baru, yang berbeda dari pasar yang sudah lama ada. Oleh karena itu, inovasi model bisnis menjadi penting. Pelaku lama tidak perlu bertransformasi menjadi disruptor. Masih banyak strategi yang dapat dilakukan oleh pelaku lama, seperti terus menjalankan *sustaining innovation* dan membuat unit lain untuk melawan disruptor. Teknologi bukanlah disruptor, tetapi suatu kemungkinan. Disrupsi dapat menyebabkan deflasi, harga turun, karena disruptor mengawali *low cost strategy*.

Tabel 2.1.

Perbedaan Sustaining Innovation dengan Disruption Innovation

Sustaining Innovation	Disruption Innovation
Permasalahan dapat dimengerti dengan baik, seluruh mata rantai nilai sudah ada.	Permasalahannya tidak atau belum dimengerti dengan baik. Terdapat banyak teka-teki yang belum pasti jawabannya. Berada dalam lingkungan yang dinamis.
Pasar sudah terbentuk (<i>existing market</i>).	Pasar baru diciptakan.
Inovasi menyesuaikan kinerja, harga	Inovasi merupakan suatu hal yang

lebih murah atau lebih mahal, branding yang terus dilakukan agar pelanggan tetap loyal.	dramatis dan mengubah peta permainan, dengan infrastruktur dan mata rantai pelaku yang masih baru. Konsumen bisa saja dijadikan mata rantai produksi.
Konsumen merupakan mereka yang loyal dan percaya terhadap penggambaran merek.	Konsumen belum diketahui seperti apa karakternya. Tetapi sudah diketahui bahwa mereka belum terlayani kebutuhannya.
Pasarnya mudah diproyeksi. Pertambahan kelas menengah, Pendidikan, pendapatan, dan pertumbuhan ekonomi menjadi tumpuan.	Pasarnya tidak mudah diproyeksi. Berlaku hukum besi evolusi: hanya satu dua yang akan bertahan di kemudian hari.
Metode bisnis dan pemasaran telah dirasa cukup. Modifikasi perlahan-lahan dapat untuk mengejar ketertinggalan.	Metode bisnis dan pemasaran tradisional telah terbukti gagal, tidak dapat menyejahterakan pasar dan para <i>stakeholders</i> . Apabila modifikasi dipercepat, pelaku lama tidak bisa mengejar.

Sumber: *Disruption* (2017:159)

***Disruption* dalam Peradaban Eksponensial**

Peter H. Diamandis (2015) mengatakan bahwa disrupsi tidak berdiri sendiri dalam ruang kosong. Dunia tidak lagi bergerak secara linier dan bertahap secara perlahan-lahan. Saat ini dunia bergerak sangat cepat dan semakin cepat. Pada era digital semua dapat terjadi dengan cepat. Peter H. Diamandis menyimpulkan bahwa manusia akan terperangkap pola pikir linier. Diamandis mengaitkan kerangka yang disebut sebagai 6 *Ds*, yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. *Digitize*. Mendigitalisasi seluruh kejadian membuat orang lain ikut serta melakukan pertukaran dan saling berbagi gagasan. Hal ini terjadi karena dilakukan secara dua arah, sehingga inovasi bergerak lebih cepat. Ketika ada yang berpendapat, maka akan ada yang memberikan umpan balik.

2. *Deceptive*. Para pelaku memandang bahwa model social telah bertransformasi di beberapa tempat atau perusahaan hanya terjadi di perusahaan itu saja atau bisa dilokalisasi, mereka juga beranggapan akan lambat penyebarannya. Akibatnya, mereka terlena hingga tidak melakukan antisipasi karena mereka mengira mampu mengatasi permasalahan seperti yang pernah terjadi yang berhasil dilalui di masa lalu. Oleh karena itu, pelaku lama masih menggunakan cara yang lama untuk merespon masalah.
3. *Disruptive*. Pada tahap ini pelaku lama sudah terlambat, karena sudah terjebak oleh hadirnya pelaku baru. Teknologi telah melakukan inovasi dan membentuk pasar baru.
4. *Demonetisasi*. Menurut Chris Anderson (2010) sebagai *Society of Free*, masyarakat yang memperoleh secara gratis, namun sekaligus menunjukkan melalui model bisnis pelaku baru bahwa yang menggratiskan itu ternyata menjadi perusahaan yang paling menguntungkan.
5. *Dematerisasi*. Pemusnahan barang atau jasa lama ke yang baru.
6. *Demokratisasi*. Keadaan saat semua aspek menjadi mudah dan murah. Seluruh harga turun dan membuat banyak hal semakin tersedia terjangkau untuk memenuhi keperluan semua orang.

Sukar untuk memastikan waktu yang tepat menunjukkan invasi yang mengganggu itu lahir. Istilah tersebut pertama kali diperkenalkan oleh Clayton M. Christensen pada tahun 1997, awalnya disebut sebagai teknologi yang mengganggu. Christensen mengatakan bahwa inovasi yang mengganggu adalah suatu ancaman yang

dilakukan oleh pelaku lama terhadap pelaku lama, kedua pelaku ini saling berebut dan berusaha untuk menguasai pasar yang ada.

Dalam teori persaingan pasar, sering terdengar istilah *structure, conduct, performance* (SCP). Hadirnya pelaku baru yang memanfaatkan adanya perkembangan teknologi menyebabkan munculnya gangguan, hal ini akan menggantikan SCP dalam ukuran yang besar. Bentuk pasar perlahan akan bertransformasi. Perubahan lebih berfokus pada sector jasa yang memberikan kemudahan dan biaya yang relatif lebih rendah. Lalu, *conduct* yang merupakan akibat dari perkembangan teknologi dan internet yang mudah diakses masyarakat lebih mudah untuk memperoleh informasi. *Performance* yang dijalankan akan mengikuti pasar dalam membentuk titik keseimbangan. Perkembangan teknologi dan kemudahan internet memunculkan inovasi yang mengganggu, hal ini bukan suatu kebetulan. Tetapi, sebagai suatu umpan balik dari pemanfaatan teknologi yang sudah semakin maju dalam dunia usaha. Oleh karena itu, perubahan pasar akan membuat SCP dalam dunia usaha akan bertransformasi demi menyesuaikan permintaan konsumen yang sudah berganti perilakunya yang semakin modern.

Landasan teori yang dinilai kuat ketika mendiskusikan mengenai pembaharuan atau inovasi adalah teori milik Joseph Alois Schumpeter. Schumpeter percaya apabila hal utama pembangunan ekonomi adalah perbaikan yang dilakukan oleh pengusaha (Sukirno, 1978, hal. 281). Perbaikan yang dimaksud Schumpeter adalah suatu langkah baru dari pelaku usaha.

Perbaikan tersebut dalam kondisi yang lain dapat didefinisikan sebagai inovasi. Faktor penting perbaikan yang dilakukan dapat disebut sebagai inovasi, Schumpeter berpendapat bahwa perbaikan yang dilakukan harus memiliki manfaat untuk masyarakat secara luas. Selanjutnya proses tersebut adalah bagian dari proses produksi yang dibuat secara efisien dan efektif. Proses inovasi tersebut bersumber dari kreatifitas para pengusaha.

Schumpeter memperkenalkan sebuah inovasi sebagai (Sukirno, 1978, hal. 283):

1. Mendatangkan sebuah produk (dapat diartikan teknologi) baru.
2. Memakai sistem yang baru dalam membuat suatu produk.
3. Memperluas pasar suatu produk ke tempat-tempat yang belum terjamah.
4. Melakukan reformasi dalam suatu perusahaan.
5. Mengembangkan sumber bahan mentah yang baru.

Dari kelima perbaikan yang dikelompokkan oleh Schumpeter dapat dilihat bahwa hasil akhir yang ingin dicapai adalah efisiensi dan efektifitas suatu metode produksi. Perbaikan yang dilakukan diharapkan dapat meningkatkan nilai suatu produk dengan memotong proses produksi yang dilakukan. Proses tersebut pada dasarnya merupakan hal yang dilakukan oleh para pengusaha yang berinovasi.

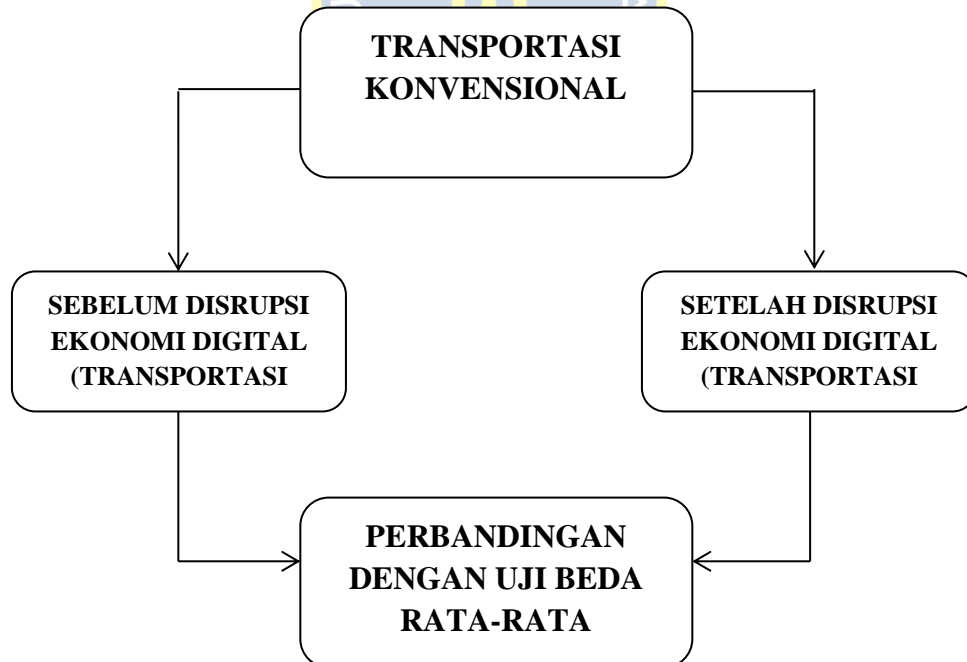
Perbaikan (inovasi) yang dilakukan oleh pelaku usaha akan menyebabkan efisiensi (Oakey, 2015). Efisiensi akan membuat harga suatu barang akan turun secara perlahan, kemudian teori pasar mulai menjalankan tugasnya. Harga yang semakin murah akan meningkatkan daya beli konsumen. Di sisi lain dapat diketahui apabila proses inovasi akan menciptakan lapangan kerja baru dengan upah yang lebih

besar. Perkembangan dan perluasan lapangan kerja akan menimbulkan banyak orang masuk dalam pasar tenaga kerja dengan kualitas yang lebih baik. Pekerjaan yang baik akan menaikkan upah. Upah yang meningkat biasanya akan diikuti dengan konsumsi yang ikut bertambah. Bisa dikatakan bahwa aktivitas inovasi yang dilakukan oleh pelaku usaha akan menaikkan upah masyarakat, konsumsi juga ikut meningkat.

2.3. Kerangka Penelitian

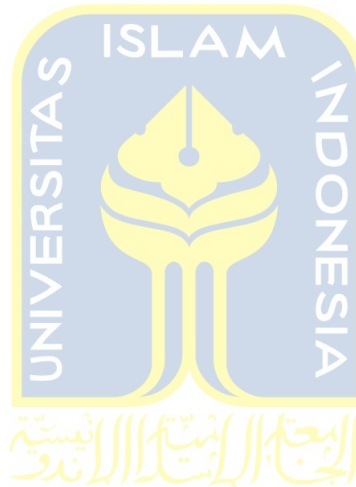


Gambar 2.2.
Kerangka Penelitian



2.4. Hipotesis

Berdasarkan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, landasan teoritis, kerangka pemikiran dan penelitian terdahulu, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah: Ada perbedaan pendapatan dan jumlah tenaga kerja transportasi konvensional (Blue Bird dan Express) sebelum dan sesudah adanya disrupsi ekonomi digital (transportasi *online*).



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis dan Sumber Data

3.1.1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Dalam penelitian ini digunakan pendapatan dan jumlah tenaga kerja (*driver*) transportasi konvensional sebelum dan sesudah adanya disrupsi ekonomi digital (adanya transportasi *online*).

3.1.2. Sumber Data

Sumber data merupakan sarana untuk mencari data yang dibutuhkan. Data yang bersumber dari publikasi resmi yang diperoleh berdasarkan informasi yang telah disusun dan dipublikasikan oleh instansi tertentu yaitu katadata.co.id dan Laporan Keuangan Blue Bird dan Express.

3.1.3. Variabel Data

Dalam penelitian ini variabel yang diamati adalah sebagai berikut:

1. Pendapatan

Pendapatan adalah sejumlah uang yang diterima oleh seseorang, misalnya pemilik usaha (pengusaha) maupun perusahaan akibat melakukan aktivitas usaha atau bisnis maupun dari kegiatan yang produktif (kegiatan ekonomi). Aktivitas usaha tersebut seperti penyediaan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh konsumen.

2. Tenaga kerja

Orang yang memiliki kemampuan, keterampilan, maupun tenaga yang digunakan untuk mendukung aktivitas ekonomi yang nantinya akan mendapatkan timbal balik berupa materi maupun bentuk lain dari orang yang menggunakan jasanya untuk membantu kegiatan produktif.

3.2. Metode Analisis

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian yang diambil, maka jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian deskriptif berfokus terhadap pemaparan dari kumpulan-kumpulan fakta yang terjadi. Fakta tersebut terdiri dari data-data yang mendukung fakta. Selanjutnya data tersebut dianalisis menggunakan teori yang ada sesuai topik maupun permasalahan yang diambil dan akan dibahas dengan menggunakan data sekunder yang diperoleh dari Laporan Keuangan Blue Bird dan Express dan katadata.co.id (Anwar Sanusi, 2011).

Metode analisis yang dipakai dalam penelitian ini adalah analisis uji beda rata-rata. Uji beda rata-rata dikenal juga dengan nama uji-t (*t-test*). Konsep yang digunakan dalam uji beda rata-rata yaitu dengan membandingkan nilai rata-rata dan besarnya selang kepercayaan (*confidence interval*) dari populasi. Dalam uji beda rata-rata terdapat tiga macam, antara lain *one sampe t-test*, *paired sample t-test*, dan *independent sample t-test*. Ketika ingin melakukan uji-t ada beberapa syarat yang harus dipenuhi. Syarat utama yang harus dipenuhi dalam melakukan uji-t adalah data

yang dipakai harus berdistribusi normal. Jika data tidak berdistribusi normal, maka harus dilakukan transformasi data terlebih dahulu untuk menormalkan distribusinya.

Apabila transformasi yang dilakukan tidak mampu untuk menormalkan distribusi data tersebut, maka uji-t tidak valid untuk dipakai, sehingga disarankan untuk melakukan uji non-parametrik seperti Wilcoxon (data berpasangan) atau Mann-Whitney U (data independen).

Sesuai dengan permasalahan yang diangkat, maka metode yang digunakan adalah uji t sampel berpasangan. Uji rata-rata berpasangan dilakukan dengan membandingkan rata-rata dua variabel dalam suatu kelompok. Uji rata-rata berpasangan biasanya digunakan untuk mengetahui perbedaan dari variabel yang digunakan setelah adanya perlakuan, dalam hal ini adalah pengaruh sebelum dan sesudah adanya disrupsi ekonomi digital.

Uji beda rata-rata dapat dilakukan apabila data dimiliki merupakan data kuantitatif. Uji beda rata-rata terdiri dari, antara lain:

1. Uji t yang digunakan untuk menguji rata-rata dari suatu kelompok sampel dikenal sebagai *one sampel t-test*. Pengujian ini dilakukan untuk menguji homogenitas data, serta dapat dipakai untuk mengetahui signifikansi dari perbedaan rata-rata pada satu kelompok sampel dengan nilai pembanding yang telah ditentukan.
2. Uji t yang dilakukan untuk mengetahui perbedaan rata-rata dua sampel yang saling bebas atau *independent sample t-test* dapat digunakan untuk

mengetahui adanya signifikansi dari perbedaan rata-rata dua kelompok sampel yang tidak saling berhubungan atau bebas (*independent*).

3. Uji t yang dilakukan untuk mengetahui perbedaan rata-rata dua sampel yang saling berhubungan atau berpasangan atau *paired sample t-test* dapat digunakan untuk mengetahui terjadinya signifikansi perbedaan rata-rata dua kelompok sampel yang sama-sama berhubungan.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan sebagai berikut:

1. Pengambilan sampel dengan cara mengumpulkan sampel dan mengelompokkan sampel penelitian pada periode sebelum dan sesudah adanya disrupsi ekonomi digital.
2. Menghitung masing-masing rasio keuangan (pendapatan) untuk masing-masing sampel pada laporan keuangan Blue Bird dan Express dan jumlah tenaga kerja yang digunakan oleh kedua usaha penyedia jasa transportasi tersebut.
3. Menganalisis pendapatan dan jumlah tenaga kerja yang digunakan oleh transportasi konvensional (Blue bird dan Express) sebelum dan sesudah adanya disrupsi ekonomi digital (transportasi *online*).
4. Menghitung rata-rata dari masing-masing rasio keuangan untuk keseluruhan sampel karena penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui adanya perbedaan pendapatan dan jumlah tenaga kerja yang digunakan sebelum dan sesudah adanya disrupsi ekonomi digital.

5. Membandingkan masing-masing rasio keuangan pada periode penelitian ini untuk mengetahui ada tidaknya perubahan kinerja keuangan perusahaan, serta melihat besarnya jumlah tenaga kerja yang digunakan apakah terjadi pemutusan hubungan kerja akibat adanya disrupsi ekonomi digital.
6. Melakukan uji hipotesis dengan uji beda rata-rata berpasangan terhadap rasio pendapatan dan jumlah tenaga kerja yang digunakan (*driver*).

Dengan hipotesis:

H_0 : Tidak ada perbedaan pendapatan transportasi konvensional sebelum dan sesudah adanya disrupsi ekonomi digital

H_a : Ada perbedaan pendapatan transportasi konvensional sebelum dan sesudah adanya disrupsi ekonomi digital

H_0 : Tidak ada perbedaan penggunaan tenaga kerja transportasi konvensional sebelum dan sesudah adanya disrupsi ekonomi digital

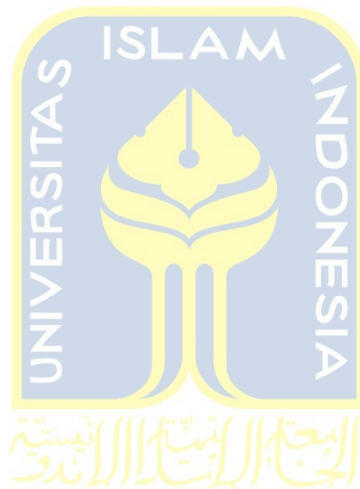
H_a : Ada perbedaan penggunaan tenaga kerja transportasi konvensional sebelum dan sesudah adanya disrupsi ekonomi digital

7. Menentukan *level of significance* yaitu $\alpha = 5\%$.
8. Keputusan yang diambil diambil melalui membandingkan nilai yang didapat dengan α .

Jika *p-value* (sig) $< (\alpha)$, maka H_0 ditolak

Jika *p-value* (sig) $> (\alpha)$, maka H_0 diterima

9. Menarik kesimpulan hasil analisis kinerja keuangan dan penggunaan tenaga kerja transportasi konvensional setelah adanya disrupsi ekonomi digital.



BAB IV

HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Sebelum terjadinya disrupsi ekonomi digital, Blue Bird dan Express adalah transportasi yang menjadi pilihan masyarakat. Pertumbuhan Blue Bird di tahun 2015 di atas 20%. Kondisi keuangan Blue Bird sangat sehat dengan karyawan yang loyal dan puas terhadap perusahaan. Blue Bird merupakan perusahaan transportasi yang memiliki penguasaan ICT terdepan dalam transportasi. Sehingga Blue Bird merupakan kuda hitam dalam usaha transportasi di Indonesia, karena sudah memiliki banyak armada di hampir seluruh kota di Indonesia dan terkadang mendapat perlawanan di tiap-tiap daerah. Selain itu, Blue Bird juga bersiap untuk melakukan ekspansi ke luar negeri.

Tetapi Blue Bird dan Express mulai tergantikan dengan munculnya inovasi baru dalam penyedia layanan transportasi. Inovasi ini jauh berbeda dari bentuk usaha yang dimiliki Blue Bird dan Express. Walaupun sama-sama menawarkan jasa transportasi, hadirnya inovasi ini membawa pembaharuan yaitu adanya aplikasi yang membuat konsumen lebih mudah dalam mengakses dan membuat pesanan jasa transportasi. Kemajuan teknologi yang semakin pesat membuat orang mulai berubah. Budaya yang dahulu apabila ingin menggunakan jasa transportasi harus mencari di pangkalannya maupun harus berada di pinggir jalan untuk memberhentikan transportasi tersebut, kini telah berubah. Kemudahan yang ditawarkan hanya dengan

menggunakan aplikasi yang telah *download* di *smart phone* konsumennya sudah bisa memesan transportasi yang ingin digunakan.

Hasil uji beda rata-rata pendapatan Blue Bird sebelum dan sesudah adanya disrupsi ekonomi digital, sebagai berikut:

Tabel 4.1.

	Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pair 1 Sebelum_PBB	981601.3333	12	186457.11403	53825.53249
Sesudah_PBB	1206014.1667	12	142340.44592	41090.14738

Sumber: hasil olah data dari SPSS

Tabel 4.2.

	N	Correlation	Sig.
Pair 1 Sebelum_PBB & Sesudah_PBB	12	-.889	.000

Sumber: hasil olah data dari SPSS

Tabel 4.3.

	Paired Differences					t	df	Sig. (2-tailed)
	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference				
				Lower	Upper			
Pair 1 Sebelum_PBB - Sesudah_PBB	-224412.83333	319699.42372	92289.27417	-427540.15622	-21285.51044	-2.432	11	.033

Sumber: hasil olah data dari SPSS

H₀: Tidak ada perbedaan pendapatan Blue Bird sebelum dan sesudah adanya disrupsi ekonomi digital

H_a: Ada perbedaan pendapatan Blue Bird sebelum dan sesudah adanya disrupsi ekonomi digital

Berdasarkan hasil output, dapat diketahui dari Sig. (2-tailed) bahwa nilai probabilitas/p value uji T Paired: Hasil = 0,033. Artinya: Terdapat perbedaan pendapatan Blue Bird antara sebelum dan sesudah adanya disrupsi ekonomi digital. Sebab: Nilai p value < 0,05 (95 % kepercayaan).

Dari hasil olah data yang dilakukan menggunakan SPSS, diketahui bahwa terdapat perbedaan pendapatan Blue Bird antara sebelum dan sesudah adanya disrupsi ekonomi digital. Pendapatan Blue Bird mulai mengalami penurunan mulai dari tahun 2016, tepatnya pada kuartal pertama. Sebelumnya, pendapatan Blue Bird terus mengalami peningkatan dan dengan adanya disrupsi ekonomi digital dengan hadirnya transportasi *online* mengakibatkan pendapatan Blue Bird mengalami penurunan.

Hasil uji beda rata-rata penggunaan tenaga kerja Blue Bird sebelum dan sesudah adanya disrupsi ekonomi digital, sebagai berikut:

Tabel 4.4.

Paired Samples Statistics					
		Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pair 1	Sebelum_TBB	3283.33	3	183.522	105.956
	Sesudah_TBB	3990.67	3	335.485	193.692

Sumber: hasil olah data dari SPSS

Tabel 4.5.

Paired Samples Correlations			
		N	Sig.
Pair 1	Sebelum_TBB & Sesudah_TBB	3	.116

Sumber: hasil olah data dari SPSS

Tabel 4.6.

Paired Samples Test									
		Paired Differences				t	df	Sig. (2-tailed)	
		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	Interval of the				
					Lower				Upper
Pair 1	Sebelum_TBB - Sesudah_TBB	-707.333	517.039	298.513	-1991.729	577.063	-2.370	2	.141

Sumber: hasil olah data dari SPSS

H_0 : Tidak ada perbedaan penggunaan tenaga kerja Blue Bird sebelum dan sesudah adanya disrupsi ekonomi digital

H_a : Ada perbedaan penggunaan tenaga kerja Blue Bird sebelum dan sesudah adanya disrupsi ekonomi digital

Berdasarkan hasil output, dapat diketahui dari Sig. (2-tailed) bahwa nilai probabilitas/p value uji T Paired: Hasil = 0,141. Artinya: Tidak ada perbedaan penggunaan tenaga kerja Blue Bird antara sebelum dan sesudah adanya disrupsi ekonomi digital. Sebab: Nilai p value > 0,05 (95 % kepercayaan).

Dari hasil olah data yang dilakukan menggunakan SPSS, menunjukkan bahwa tidak terjadi perubahan tenaga kerja yang digunakan oleh Blue Bird antara sebelum dan sesudah adanya disrupsi ekonomi digital. Hal ini dapat terjadi akibat adanya kolaborasi yang dilakukan perusahaan, pengemudi Blue Bird dapat terus melakukan pekerjaannya dan tidak beralih menjadi pengemudi GoCar, karena bertambahnya pilihan pemesanan oleh konsumen untuk Blue Bird. Diantaranya, mencari penumpang baik di jalan maupun di pangkalan, dengan aplikasi My Blue Bird maupun Go-Blue Bird. Namun jika dilihat dari laporan keuangan, jumlah tenaga kerja yang dimiliki Blue Bird terlihat bahwa mengalami penurunan. Penurunan tersebut dapat dilihat mulai dari tahun 2016.

Hasil uji beda rata-rata pendapatan Express sebelum dan sesudah adanya disrupsi ekonomi digital, sebagai berikut:

Tabel 4.7.

Paired Samples Statistics					
		Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pair 1	Sebelum_PE	138941.5833	12	19046.51683	5498.25581
	Sesudah_PE	157746.5000	12	75584.58254	21819.38954

Sumber: hasil olah data dari SPSS

Tabel 4.8.

Paired Samples Correlations				
		N	Correlation	Sig.
Pair 1	Sebelum_PE & Sesudah_PE	12	-.648	.023

Sumber: hasil olah data dari SPSS

Tabel 4.9.

		Paired Differences					t	df	Sig. (2-tailed)
		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference				
					Lower	Upper			
Pair 1	Sebelum_PE - Sesudah_PE	-18804.91667	89118.70595	25726.35443	-75428.24100	37818.40767	-.731	11	.480

Sumber: hasil olah data dari SPSS

H₀: Tidak ada perbedaan pendapatan Express sebelum dan sesudah adanya disrupsi ekonomi digital

H_a: Ada perbedaan pendapatan Express sebelum dan sesudah adanya disrupsi ekonomi digital

Berdasarkan hasil output, dapat diketahui dari Sig. (2-tailed) bahwa nilai probabilitas/p value uji T Paired: Hasil = 0,480. Artinya: Tidak ada perbedaan pendapatan Express antara sebelum dan sesudah adanya disrupsi ekonomi digital. Sebab: Nilai p value > 0,05 (95 % kepercayaan).

Dari hasil yang didapat setelah melakukan uji beda rata-rata menggunakan SPSS, menunjukkan bahwa tidak terdapat perubahan pendapatan Express antara sebelum dan sesudah adanya disrupsi ekonomi digital. Hal ini dapat terjadi karena kolaborasi yang dilakukan Express dengan Uber pada tahun 2016. Namun, setelah Uber diakuisisi oleh Grab, maka Express menjadi bekerjasama dengan Grab. Tetapi,

jika dilihat dari lapopran keuangan Express, diketahui bahwa terjadi penurunan pendapatan setelah adanya disrupsi ekonomi digital. Hal ini dapat dilihat pada tahun 2016 kuartal pertama. Pendapatan Express mulai mengalami penurunan secara terus-menerus.

Hasil uji beda rata-rata penggunaan tenaga kerja Express sebelum dan sesudah adanya disrupsi ekonomi digital, sebagai berikut:

Tabel 4.10.

Paired Samples Statistics					
		Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pair 1	Sebelum_TE	1878.33	3	361.443	208.679
	Sesudah_TE	1800.33	3	436.956	252.277

Sumber: hasil olah data dari SPSS

Tabel 4.11.

Paired Samples Correlations				
		N	Correlation	Sig.
Pair 1	Sebelum_TE & Sesudah_TE	3	-.932	.237

Sumber: hasil olah data dari SPSS

Tabel 4.12.

Paired Samples Test									
		Paired Differences					t	df	Sig. (2-tailed)
		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	Interval of the				
					Lower	Upper			
Pair 1	Sebelum_TE - Sesudah_TE	78.000	784.787	453.097	-1871.520	2027.520	.172	2	.879

Sumber: hasil olah data dari SPSS

H_0 : Tidak ada perbedaan penggunaan tenaga kerja Express sebelum dan sesudah adanya disrupsi ekonomi digital

H_a : Ada perbedaan penggunaan tenaga kerja Express sebelum dan sesudah adanya disrupsi ekonomi digital

Berdasarkan hasil output, dapat diketahui dari Sig. (2-tailed) bahwa nilai probabilitas/p value uji T Paired: Hasil = 0,879. Artinya: Tidak ada perbedaan penggunaan tenaga kerja Express antara sebelum dan sesudah adanya disrupsi ekonomi digital. Sebab: Nilai p value > 0,05 (95 % kepercayaan).

Dari hasil uji beda rata-rata menggunakan SPSS, menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan terkait tenaga kerja yang digunakan Express antara sebelum dan sesudah disrupsi ekonomi digital. Hal ini dapat terjadi akibat adanya kolaborasi yang dilakukan perusahaan, pengemudi Express dapat terus melakukan pekerjaannya dan tidak beralih menjadi pengemudi taksi *online*. Tetapi, jika dilihat dari laporan keuangan tahunan Express menunjukkan bahwa terdapat penurunan jumlah tenaga kerja yang digunakan mulai dari tahun 2015, hal ini merupakan awal hadirnya

disrupsi ekonomi digital dengan munculnya transportasi *online* yang kini menjadi moda transportasi pilihan masyarakat.

Hadirnya transportasi *online* membuat konflik antara sesama sopir taksi, terutama antara taksi *online* dan taksi konvensional. Para sopir taksi *online* melakukan demo aksi penolakan dan meminta pemerintah untuk menutup aplikasi transportasi *online*, terutama dalam hal ini adalah taksi *online*. Sopir taksi konvensional yang melakukan demo terkait penolakan atas kemunculan taksi *online*, karena membuat pendapatan mereka menurun akibat konsumen lebih memilih menggunakan taksi *online*.

Konsumen mulai beralih dari transportasi konvensional menuju transportasi *online* tentu memiliki alasan tersendiri. Diantaranya, tarif transportasi konvensional dinilai lebih mahal, karena tergantung dengan argometer yang telah dipasang. Berbeda dengan transportasi *online*, tarif cenderung lebih murah serta bisa dilihat dan diketahui sebelumnya melalui aplikasi yang telah disediakan, sehingga sudah pasti berapa besarnya biaya yang harus dikeluarkan. Konsumen juga memiliki metode pembayaran yang bervariasi, pembayaran dapat dilakukan dengan tunai, menggunakan kartu kredit, saldo yang dimiliki pada sistem pembayaran yang ada pada aplikasi transportasi *online*. Selain itu, transportasi memiliki akses yang lebih mudah, efektif dan efisien dibandingkan dengan transportasi konvensional. Hanya dengan menggunakan *smart phone* yang dimiliki dapat memesan taksi lebih cepat, mudah dan praktis. Konsumen juga merasa lebih percaya dan merasa lebih aman, karena data pengemudi sudah terdaftar di perusahaan penyedia transportasi *online*.

Di sisi lain, transportasi *online* sebenarnya belum memiliki standar perlindungan bagi konsumennya, seperti armada maupun sopirnya. Pengemudi transportasi *online* belum tentu sopir yang profesional, karena semua orang dapat menjadi sopir taksi. Berbeda dengan transportasi konvensional, dalam hal ini adalah Blue Bird dan Express yang memiliki standar bagi pengemudinya dan armadanya. Pengemudinya pun merupakan orang yang biasa mengemudi secara profesional yang mampu memberikan rasa aman dan nyaman bagi konsumennya. Upaya mendukung keselamatan konsumen, armada transportasi konvensional telah lulus uji KIR.

Selain itu, ketika konsumen menggunakan transportasi *online*, maka otomatis data mereka akan terekam oleh aplikasi. Data tersebut digunakan oleh pengemudi agar dapat mengetahui lokasi dan dapat menghubungi konsumennya. Data tersebut bisa saja disalahgunakan, sehingga konsumen transportasi *online* perlu untuk berhati-hati. Telah terdapat beberapa kasus yang terjadi akibat penyalahgunaan data konsumen transportasi *online*. Pihak transportasi *online* juga tidak memberikan jaminan perlindungan terkait data konsumennya.

Blue Bird dan Express merupakan transportasi yang menjadi pilihan masyarakat. Namun, semua mulai berubah akibat hadirnya disrupsi ekonomi digital dengan terciptanya transportasi *online* membuat kedua perusahaan transportasi konvensional yang paling diminati oleh masyarakat ini merasakan dampak. Blue Bird dan Express semakin ditinggalkan oleh konsumen setianya. Konsumen mulai memilih untuk menggunakan transportasi *online* daripada transportasi konvensional. Blue Bird dan Express semakin menurun kinerjanya akibat adanya inovasi yang

mengganggu dalam usaha bisnis transportasi. Hadirnya transportasi *online* menggerus pasar transportasi konvensional. Hal ini tercermin dari mulai anjloknya pendapatan Blue Bird dan Express di kuartal I 2016. Selain itu juga, dalam penggunaan tenaga kerja yang digunakan Blue Bird dan Express terus menurun mulai dari tahun 2015. Banyak tenaga kerja yang diputus hubungan kerja karena terkena dampak disrupsi akibat hadirnya transportasi *online*.

Jika dilihat dari keunggulan yang telah dimiliki sebagai kekuatan Blue Bird dan Express di mana keduanya merupakan jasa transportasi konvensional yang profesional. Blue Bird dan Express memperhatikan setiap armada dan pengemudi untuk menunjang keselamatan dan kepuasan konsumen. Sumber daya manusia yang dimiliki merupakan orang yang kompeten di bidang itu sendiri. Blue Bird dan Express memiliki banyak armada dan jaringan secara nasional. Selain itu, Blue Bird dan Express telah memiliki legalitas yang dilindungi oleh regulasi dari pemerintah.

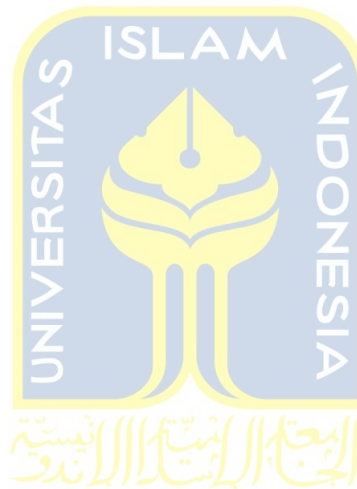
Blue Bird dan Express dalam menanggapi adanya disrupsi ekonomi digital bisa bekerja sama dengan taksi *online*. Seperti yang sudah dilakukan oleh Blue Bird dan Express, keduanya telah melakukan kolaborasi dengan taksi *online*. Blue Bird berkolaborasi dengan GoJek dan Express berkolaborasi dengan Grab. Blue Bird dan Express juga harus terus melakukan pengembangan brand perusahaannya untuk terus memenuhi permintaan konsumen, seperti memperbaiki sistem pesanan *online* dan memberikan diskon atau promo untuk menjaga konsumen tetap loyal menggunakan taksi konvensional. Perlu juga melakukan pendekatan kepada regulator untuk terus mengkaji dan memperbaiki peraturan terkait transportasi *online*.

Regulasi yang dapat diberlakukan terhadap transportasi konvensional dan *online* dengan kesetaraan standarisasi antar kedua penyedia jasa transportasi ini perlu dibuat. Seperti halnya legalitas dari penyedia jasa transportasi. Perlu juga diperhatikan jenis kendaraan, kualitas kendaraan dan kapasitas mesin. Tanda nomor kendaraan yang menunjukkan jenis transportasi dan terkait pajak yang diberlakukan. Keharusan masing-masing penyedia transportasi uji KIR demi keselamatan konsumen dan pemberlakuan tarif, baik tarif tertinggi dan tarif terendah untuk melindungi konsumen dan menjaga persaingan usaha yang sehat.

Adanya disrupsi ekonomi digital menuntut penyedia jasa transportasi konvensional seperti Blue Bird dan Express untuk melakukan perubahan internal. Perubahan budaya yang terjadi harus diikuti dengan adanya perbaikan sistem pemesanan melalui aplikasi yang ditunjang atas adanya kemajuan teknologi yang semakin memudahkan konsumen dalam memesan taksi Blue Bird dan Express. Hal ini dapat dilakukan melalui kerjasama dengan transportasi *online* yang telah lebih dulu melakukan pengembangan aplikasi dalam menyediakan jasa yang ditawarkan. Blue Bird dan Express dapat merubah target pasarnya dengan fokus kepada pasar korporat atau melakukan ekspansi ke layanan logistic. Serta perlunya pendekatan kepada regulator untuk membuat regulasi yang lebih berpihak kepada transportasi konvensional karena adanya kesetaraan standarisasi penyedia layanan jasa transportasi.

Diharapkan adanya perbaikan internal yang dilakukan oleh Blue Bird dan Express dapat membuat konsumen korporat yang sempat berpindah menggunakan

taksi *online* dapat kembali menggunakan layanan jasa yang ditawarkan Blue Bird dan Express. Selain itu, sopir Blue Bird dan Express tetap loyal dan tidak berpindah ke taksi *online*, sehingga kepuasan pelanggan tetap menjadi perhatian utama dan konsumen tetap menggunakan taksi Blue Bird dan Express. Pendapatan diharapkan juga dapat kembali meningkat dan profit dapat kembali naik.



BAB V

SIMPULAN DAN IMPLIKASI

5.1. Simpulan

Munculnya inovasi terkadang menimbulkan dampak lain bagi usaha yang telah berada sebelumnya, baik usaha tersebut telah bertahan lama dalam dunia usaha yang dijalankan. Tetapi, jika tidak siap terhadap inovasi yang dianggap mengganggu pemain lama dapat menjadi hambatan bagi usaha tersebut untuk berkembang. Seperti halnya yang terjadi dalam usaha penyedia jasa transportasi yang ada di Indonesia, yaitu Blue Bird dan Express. Di mana kedua penyedia jasa transportasi tersebut merupakan taksi yang paling diminati oleh masyarakat di Indonesia. Berdasarkan hasil oleh data dengan SPSS tidak terdapat perbedaan pendapatan antara sebelum dan sesudah adanya disrupsi ekonomi digital dari kedua perusahaan, baik Blue Bird dan Express. Hal itu terjadi karena kedua perusahaan mempertahankan usahanya dengan berkolaborasi dengan penyedia jasa transportasi *online*. Pada sisi penggunaan tenaga kerja kedua perusahaan, yaitu Blue Bird dan Express juga tidak terjadi perubahan akibat adanya disrupsi ekonomi digital. Kolaborasi yang dilakukan perusahaan membuat pengemudi taksi konvensional tidak berpindah, dan diharapkan dapat terus semangat dan sejahtera.

5.2. Implikasi

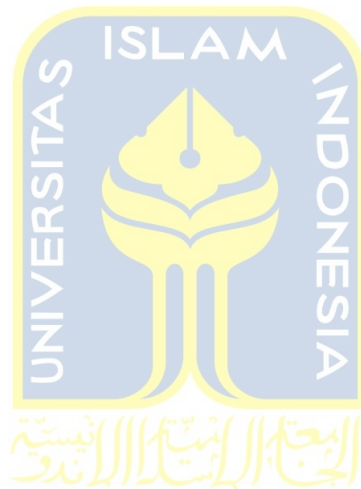
Kemunculan kompetitor berbasis aplikasi yang tidak terduga menawarkan kenyamanan yang lebih, kemudahan dalam pemesanan, serta harga yang relative

lebih murah. Pengguna transportasi konvensional mulai berkurang karena mulai beralih ke transportasi *online*. Di mana kompetisi antar penyedia layanan taksi yang semakin bersaing di dalam pasar yang semakin sempit, karena tergerus dengan hadirnya disrupsi ekonomi digital seperti adanya transportasi *online* berbasis aplikasi.

Tindakan yang perlu dilakukan dalam mengatasi adanya disrupsi ekonomi digital yang terjadi pada Blue Bird dan Express. Kedua penyedia layanan jasa transportasi dapat melakukan perbaikan aplikasi yang lebih mudah digunakan konsumen. Perlu juga dilakukan perbaikan aplikasi untuk memberikan layanan terhadap korporasi yang lebih mudah penggunaannya. Selain itu, pembuatan iklan berupa kampanye yang menampilkan keunggulan dari Blue Bird dan Express sehingga dapat menarik konsumen untuk tetap menggunakan kedua penyedia jasa transportasi ini dan tidak beralih ke transportasi *online*. Serta perlunya penguatan pemasaran secara *online*, karena telah adanya kemajuan teknologi yang memudahkan orang untuk mengetahui informasi lebih cepat dan lebih luas jangkauannya.

Strategi yang dapat dilakukan oleh Blue Bird dan Express dalam menghadapi adanya disrupsi ekonomi digital melalui bekerja sama dengan penyedia layanan transportasi *online*. Seperti yang sudah dilakukan oleh Blue Bird yang berkolaborasi dengan GoJek. Apabila konsumen ingin memesan taksi Blue Bird dapat melalui aplikasi GoJek, yaitu Go-Blue Bird. Terjadinya perubahan budaya menuntut perusahaan penyedia transportasi konvensional untuk terus menyesuaikan diri demi menjaga permintaan dan kepuasan pelanggan. Sehingga adanya kerjasama antara

penyedia transportasi dapat mengurangi terjadinya konflik kepentingan antar kedua belah pihak.



DAFTAR PUSTAKA

- Adhikara, C.T. 2005. Siapa Konsumen Kita? Analisis Perubahan Konsumen di Era “Ekonomi Baru”. *Journal The WINNERS*. Vol 6(2): 176-183.
- Divianto. 2014. Pengaruh Upah, Modal, Produktivitas, Dan Teknologi Terhadap Penyerapan Tenaga Kerja Pada Usaha Kecil-Menengah Di Kota Palembang (Studi Kasus Usaha Percetakan). *Jurnal Ekonomi dan Informasi Akuntansi*. Vol 4(1).
- Hamid, Edy Suandi. *Disruptive Innovation: Manfaat Dan Kekurangan Dalam Konteks Pembangunan Ekonomi*.
- Maulia P. 2014. *Analisis Faktor-Faktor yang memengaruhi Penyerapan Tenaga Kerja Sektor Industri di Provinsi Jawa Timur 2001-2011* [skripsi]. Bogor: Institut Pertanian Bogor.
- Pribadiono, Agus. 2016. Transportasi *Online* vs Transportasi Tradisional Non-*Online* Persaingan Tidak Sehat Aspek Pemanfaatan Aplikasi oleh Penyelenggara *Online*. *Lex Jurnalica*. Vol 13(2).
- Rusydi, Ibnu. 2017. Disruptive Innovation dalam Kajian Hukum Persaingan Usaha. *Jurnal Ekonomi dan Hukum*. Vol 5(2).
- Santoso, Rokhedi Priyo. 2012. *Ekonomi Sumber Daya Manusia dan Ketenagakerjaan*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN
- Sanusi, Anwar 2011. *Metodologi Penelitian Bisnis Jakarta*. Salemba empat

- Saputri OD. 2009. Analisis Penyerapan Tenaga Kerja di Kota Salatiga. *Jurnal Ekonomi dan pendidikan*. Vol 3(2): 148-163.
- Sukirno, S. (1978). *Ekonomi Pembangunan: Proses, Masalah, dan Dasar Kebijaksanaan*. Medan: Borta Gorat.
- Sulistiawati R. 2012. Pengaruh Upah Minimum Terhadap Penyerapan Tenaga Kerja dan Kesejahteraan Masyarakat di Provinsi di Indonesia. *Eksos* Vol 8(3): 195-211
- TechinAsia. (2016, August 13). TechinAsia.com. Diakses 1 April 2018, dari <https://www.techinAsia.com/how-go-jek-became-unicorn>
- Toh, H. L. (2016). Disruptive Innovation: Implications for Enforcement of Competition Law. OECD Global Forum on Competition.
- Todaro MP. 2006 *Pembangunan Ekonomi, Edisi Kesembilan*. Jakarta: Erlangga.
- Widarjono, Agus. 2013. *Ekonometrika Pengantar dan Aplikasi*. Yogyakarta: Ekonisia.

LAMPIRAN

Lampiran 1

DATA KINERJA EMITEN TAKSI KUARTALAN

(dalam jutaan rupiah)

Blue Bird		
Tahun	Kuartal	Jumlah
2012	Q1	698713
	Q2	749289
	Q3	800123
	Q4	851214
2013	Q1	902563
	Q2	954168
	Q3	1006032
	Q4	1058152
2014	Q1	1116048
	Q2	1166476
	Q3	1214955
	Q4	1261483
2015	Q1	1283807
	Q2	1383308
	Q3	1368173
	Q4	1436940
2016	Q1	1274904
	Q2	1196705
	Q3	1173578
	Q4	1150909
2017	Q1	1039947
	Q2	1042121
	Q3	1049084
	Q4	1072694

Sumber: Laporan Keuangan Blue Bird

Lampiran 2

DATA KINERJA EMITEN TAKSI KUARTALAN

(dalam jutaan rupiah)

Express		
Tahun	Kuartal	Jumlah
2012	Q1	139700
	Q2	131831
	Q3	126281
	Q4	123051
2013	Q1	122140
	Q2	123548
	Q3	127276
	Q4	133323
2014	Q1	139830
	Q2	151260
	Q3	165752
	Q4	183307
2015	Q1	247092
	Q2	263304
	Q3	211011
	Q4	248632
2016	Q1	210485
	Q2	163578
	Q3	138511
	Q4	105633
2017	Q1	73815
	Q2	85076
	Q3	72729
	Q4	73092

Lampiran 3

Data Penggunaan Tenaga Kerja

TAHUN	BLUE BIRD	EXPRESS
2012	3112	1507
2013	3261	1899
2014	3477	2229
2015	4340	2135
2016	3961	1960
2017	3671	1306

Sumber: Laporan Keuangan Blue Bird dan Express

