

**ANALISIS PERILAKU OJEK KONVENSIONAL TERHADAP KEBERADAAN OJEK
ONLINE DI BANDAR LAMPUNG**

(Studi kepada *driver* Ojek Konvensional dan Ojek *Online* di Bandar Lampung)

(Skripsi)

Oleh

Irfan Rafi Pontoh



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK

UNIVERSITAS LAMPUNG

2018

ABSTRACT

ANALYSIS OF CONVENTIONAL DRIVER TAXI BEHAVIOR ON THE EXISTENCE OF ONLINE DRIVER TAXI IN BANDAR LAMPUNG (STUDY TO CONVENTIONAL DRIVERS TAXI AND ONLINE DRIVERS TAXI BANDAR LAMPUNG)

By

IRFAN RAFI PONTOH

The purpose of this research is to know and explain the behavior generated by conventional motorcycle taxi to the existence of ojek online in Bandar Lampung. The type of research conducted is descriptive qualitative. Informant selection technique using purposive sampling. Informants in this study are the drivers of motorcycle taxis and motorcycle taxis online in Bandar Lampung. Data Techniques collection using interviewing techniques, documentation, and observation. Based on Research can be concluded that the behavior generated conventional motorcycle tax ojek on the existence of ojek online is the behavior of rejection changes. The results are based on interviews with researchers informants that 90% of informants in research has the behavior of rejection of changes to motorcycle taxis online. 10% of informants in this study have a desire to join, but there are obstacles that can not meet the requirements provided by an online motorcycle company If conventional motorcycles do not develop innovations to continue to grow following the technology then conventional motorcycle taxis can not compete with motorcycle taxis online. It also resulted in the shift of conventional motorcycle taxi drivers to online motorcycle taxis that resulted in a conflict between the conventional motorcycle taxis and motorcycle taxis online.

Keywords: Behavior, Change, Organization

ABSTRAK

ANALISIS PERILAKU OJEK KONVENSIONAL TERHADAP KEBERADAAN OJEK *ONLINE* DI BANDAR LAMPUNG (STUDI KEPADA *DRIVER* OJEK KONVENSIONAL DAN OJEK *ONLINE* DI BANDAR LAMPUNG)

Oleh

IRFAN RAFI PONTOH

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menjelaskan perilaku yang dihasilkan ojek konvensional terhadap keberadaan ojek *online* di Bandar Lampung. Jenis penelitian yang dilakukan adalah deskriptif kualitatif. Teknik pemilihan informan menggunakan *purposive sampling*. Informan dalam penelitian ini adalah *driver* ojek konvensional dan ojek *online* di Bandar Lampung. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik wawancara, dokumentasi, dan observasi. Berdasarkan penemuan lapangan dan hasil pembahasan dapat ditarik kesimpulan bahwa perilaku yang dihasilkan ojek konvensional terhadap keberadaan ojek *online* adalah perilaku penolakan perubahan. Hasil tersebut berdasarkan wawancara peneliti dengan informan bahwa 90% informan dalam penelitian ini memiliki perilaku penolakan perubahan terhadap ojek *online*. 10% informan dalam penelitian ini memiliki keinginan bergabung, namun terdapat hambatan yaitu tidak dapat memenuhi persyaratan yang disediakan oleh perusahaan ojek *online*. Jika ojek konvensional tidak mengembangkan inovasi untuk terus berkembang mengikuti teknologi maka ojek konvensional tidak dapat menyaingi ojek *online*. Hal tersebut juga mengakibatkan beralihnya konsumen ojek konvensional terhadap ojek *online* yang mengakibatkan konflik antara ojek konvensional dengan ojek *online*.

Kata kunci: Perilaku, Perubahan, Organisasi

**ANALISIS PERILAKU OJEK KONVENSIONAL TERHADAP
KEBERADAAN OJEK *ONLINE* DI BANDAR LAMPUNG
(Studi Kepada *Driver* Ojek Konvensional dan Ojek *Online* di Bandar
Lampung)**

**Oleh
Irfan Rafi Pontoh**

Skripsi

Sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar
SARJANA ADMINISTRASI BISNIS
pada
Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2018**

Judul Skripsi : **ANALISIS PERILAKU OJEK KONVENSIONAL TERHADAP KEBERADAAN OJEK *ONLINE* DI BANDAR LAMPUNG**
(Studi Kepada *Driver* Ojek Konvensional dan Ojek *Online* di Bandar Lampung)

Nama Mahasiswa : **Irfan Rafi Pontoh**

Nomor Pokok Mahasiswa: 1416051052

Jurusan : Ilmu Administrasi Bisnis

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Nur Efendi, S.Sos., M.Si.
NIP 19691012 199512 1 001

Diang Adistya, S.Kom., M.Si.
NIK 231704 870511 101

2. Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis

Ahmad Rifa'i, S.Sos., M.Si.
NIP 19750204 200012 1 001

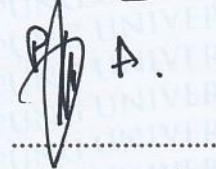
MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua : **Dr. Nur Efendi, S.Sos., M.Si.**



Sekretaris : **Diang Adistya, S.Kom., M.Si.**



Penguji : **Drs. Dian Komarsyah D., M.S.**



2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Syarif Makhya
NIP 19590803 198603 1 003

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : **03 Agustus 2018**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis saya, Skripsi ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (Sarjana), baik di Universitas Lampung maupun perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan dari Komisi Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah di tulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini, serta sanksi lainya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi.

Bandar Lampung, .03 Agustus 2018
Yang membuat pernyataan,



Irfan Rafi Foncaq
NPM 1416051052

RIWAYAT HIDUP



Penulis lahir di Bandar Lampung pada tanggal 28 September 1996. Penulis merupakan putra ketiga dari tiga bersaudara, buah hati dari pasangan Syamsudin Pontoh. Jenjang pendidikan penulis dimulai dari TK Pertiwi pada tahun 2001-2002. Kemudian dilanjutkan di SD Negeri 2

Rawa Laut pada tahun 2002-2008, SMP Negeri 23 Bandar Lampung pada tahun 2008-2011 dan SMA Negeri 3 Bandar Lampung pada tahun 2011-2014. Pada tahun 2014 penulis terdaftar sebagai mahasiswa jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung melalui jalur penerimaan Seleksi Nasional Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SNMPTN).

Selama menjadi mahasiswa, penulis aktif dalam kepengurusan Himpunan Mahasiswa Jurusan (HMJ) Ilmu Administrasi Bisnis pada tahun 2014-2015. Pada tahun 2015-2016 penulis menjadi kepala bidang Dana dan Usaha HMJ Ilmu Administrasi Bisnis. Pada tahun 2017 penulis mengikuti program Kuliah Kerja Nyata (KKN) Tematik selama 40 hari di Desa Kota Gunung Sugih Raya Kabupaten Lampung Tengah.

MOTTO

“Hai orang-orang yang beriman, Jadikanlah sabar dan shalatmu Sebagai penolongmu, sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar”

(Al-Baqarah: 153)

“Tidak semua yang dapat dihitung diperhitungkan. Dan tidak semua yang diperhitungkan dapat dihitung”

(Albert Einstein)

“Jangan fokus sama stresnya hidup kalian. Always be grateful dengan semua yang kalian punya dalam hidup. Life cannot change if you still depressing”

(Irfan Rafi Pontoh)

Persembahan

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas berkat dan nikmat-Nya, sehingga skripsi ini dapat terselsaikan yang kemudian akan penulis persembahkan untuk:

Kedua orangtuaku, Bapak dan Ibu yang tak henti-hentinya memberikan yang kasih sayang dan cinta kepadaku. Kalian tak pernah lelah mendo'akan dan memberikan dukungan serta semangat dikala aku jatuh. Terimakasih atas segala pengorbanan yang telah engkau berikan demi kesuksesanku di masa depan.

Kakak-kakak dan adikku yang aku sayangi dan kubanggakan, terimakasih do'a dan dukungan yang kalian berikan.

Keluarga besarku yang selalu mendo'akan dan memberikan motivasi.

Seluruh dosen Ilmu Administrasi Bisnis dan staff tata usaha yang telah berjasa dalam membimbing dan memberikan ilmunya serta membantu penulis selama masa perkuliahan hingga proses penyusunan skripsi.

Teman-teman Ilmu Administrasi Bisnis 2014 yang memberikanku semangat untuk terus berjuang dalam mengenyam bangku perkuliahan.

Almamaterku tercinta, Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung.

SANWACANA

Alhamdulillahirobbil'alamin. Segala puji dan syukur penulis hanturkan kehadirat Allah SWT, karena atas limpahan berkah dan karunia-Nya lah penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktunya sesuai dengan harapan penulis dengan judul “Analisis perilaku ojek konvensional terhadap keberadaan ojek *online* di Bandar Lampung) (Studi kepada *driver* ojek konvensional dan ojek *online* di Bandar Lampung)” sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Administrasi Bisnis di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.

Berbekal pengetahuan dan kemampuan yang penulis miliki, tanpa adanya bantuan, dukungan, motivasi dan semangat dari berbagai pihak yang terlibat dalam penyusunan skripsi ini tidak mungkin dapat terselesaikan. Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada :

1. Allah SWT, atas segala yang telah Engkau berikan, dan atas semua yang telah Engkau takdirkan. Hamba-Mu ini hanyalah lemah dan Engkaulah Maha Segalanya.
2. Bapak Dr. Syarief Makhya, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
3. Bapak Drs. Susetyo, M.Si., selaku Wakil Dekan 1 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.

4. Bapak Drs. Denden Kurnia Drajat, M.Si., selaku Wakil Dekan 2 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
5. Bapak Drs. Dadang Karya Bakti, M.M., selaku Wakil Dekan 3 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
6. Bapak Ahmad Rifa'i, S.Sos., M.Si., selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung. Terima kasih atas nasihat yang telah diberikan kepada penulis.
7. Bapak Suprihatin Ali. S.Sos.,M.Si., selaku Dosen Pembimbing Akademik. Terima kasih atas nasihat yang telah diberikan kepada penulis.
8. Bapak Drs. Dian Komarsyah, D., M.S., selaku Dosen Penguji. Terimakasih atas nasihat, kritikan, saran serta bimbingan yang telah diberikan kepada penulis. Semoga Allah SWT selalu memberikan kebahagiaan bagi bapak dan keluarga.
9. Bapak Dr. Nur Efendi.S.Sos.,M.Si selaku Dosen Pembimbing I. Terimakasih atas saran, masukan, bimbingan, waktu luang serta motivasi untuk tetap meneruskan judul skripsi ini. Semoga Allah SWT selalu memberikan kebahagiaan bagi bapak dan keluarga.
10. Bapak Diang Adistyia S.Kom.,M.Si, selaku Dosen Pembimbing II. Terimakasih atas saran, masukan, motivasi yang telah diberikan selama proses bimbingan. Semoga Allah SWT selalu memberikan kebahagiaan bagi ibu dan keluarga.
11. Ibu Merta selaku Staff Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung. Terimakasih atas bantuannya dalam proses pengerjaan skripsi.

12. Seluruh Dosen dan Karyawan Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Terimakasih atas ilmu dan nasihatnya.
13. Ibu dan Bapak tercinta, beribu ucapan terimakasihpun rasanya tidak akan cukup untuk membalas segala kasih, cinta, sayang dan pengorbanan kalian. Terimakasih telah menjadi orangtua dari seorang Irfan Rafi Pontoh, tetaplah sehat dan terus mengiringi langkahku di masa depan. Semoga Allah SWT selalu memberikan balasan dan kebahagiaan yang melimpah di dunia maupun di akhirat nanti.
14. Kakak-kakaku tercinta, Marsha Octoria Pontoh dan Yusan Gamaro Pontoh terimakasih atas segala dukungan dan do'a yang kalian berikan kepadaku. Terimakasih telah menjadi tempatku berkeluh kesah. Maaf jika banyak menyusahkan dan merepotkan kalian selama ini, semoga Allah SWT membalas semua kebaikan kalian. Do'akan agar adikmu ini sukses dan dapat membalas kebaikan kalian.
15. Kakak iparku tercinta, Rangga Suma dan keponakanku Khizzy Safeeya Saqhi Agasha Terimakasih atas canda tawannya saat dirumah. Do'akan sukses agar dapat membahagiakan keluarga. Semoga kelak kalian jadi orang yang sukses dan anak yang sholeh.
16. Rekan-rekanku, Sahabatku, teman seperjuangan dari semester 1. Adi Wijaya Langnegara dan Umar Indra Cahya Abam, yang selalu membantu selama mata perkuliahan ini
17. Rekan-rekanku, Sahabatku, Brudul terima kasih kalian telah memberikan warna lain di dalam kehidupanku. Terima kasih untuk motivasi dan saran

yang selalu diberikan, semoga kelak masa depan kita cerah dan persahabatan ini akan selamanya.

18. Rekan-rekanku, Sahabatku, para bujang Ferdian, Ijam, Bima, Ojan, Tamir, Andey, Tio, Fahrul, Daniel terima kasih untuk kalian sukses bersama untuk kita
19. Sahabat seperjuangan kuliah hingga skripsi: Aldi, Alfran, Andre, Angga Yudha, Arif, Bonus, Febrianto, Cahya, Desi, Dina, Dika, Eka, Eko, Ervan, Fadjar, Githa, Godho, Jefri, Muhlasin, Nenden, Niken, Nimas, Nudiya, Nuriy, Putu Ari, Rani, Risma, Rudi, Refki, Sarah, Tari, Ully, Tiara, Utta, dan Yogi Aprinaldi. Terima kasih untuk motivasi dan saran yang selalu diberikan, semoga Saya mampu menjadi pribadi yang lebih baik. Semoga dikemudian hari kita bertemu dengan kesuksesan kita masing-masing.
20. Terima kasih kepada Dinda, Deany, Enda, Febria, Lusiana, Irene telah menjadi sahabat-sahabat lucu diperkuliahan. Semoga dikemudian hari kita bertemu dengan kesuksesan kita masing-masing.
21. Terima kasih kepada Adm Bisnis 2014, Alfabet A sampai Z, Reg A maupun Reg B. Terima kasih atas pengalaman dan kisah yang telah Kalian berikan dan semoga kita dapat bertemu lagi di kemudian hari dengan membawa kesuksesan kita untuk membanggakan orang-orang disekitar kita.
22. Teman-teman Administrasi Bisnis 2012, 2013, serta 2015 yang senantiasa membantu saya dan memberikan kritik dan saran untuk kemajuan saya kedepannya. Untuk adik tingkatku semangat terus kuliahnya.

23. Terima Kasih Kepada rekan-rekan KKN Gunung Sugih Raya. Untuk Cakra, Deddy, Nabila, Kory, Umi. Terima kasih atas kerja samanya selama 40 hari kita menjalani KKN dan masih bersilahturahmi semoga kita dapat selalu bermanfaat bagi orang lain.
24. Terima kasih untuk Mutiara Chairunissa yang sudah memberi *support* menjadi penyemangatku untuk kuliah. Terima kasih sudah memberikan contoh yang baik. Sukses untuk kita berdua.
25. Untuk seluruh pengurus HMJ semangat kedepannya bangunlah HMJ kita, sayangi HMJ kita dan kenalkan kepada Indonesia bahwa Unila punya Administrasi Bisnis yang patut untuk dibanggakan.

Bandar Lampung, 03 Agustus 2018
Penulis,

Irfan Rafi Pontoh

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	ii
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	iv
DAFTAR GAMBAR	v
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	10
1.3. Tujuan Penelitian.....	10
1.4. Manfaat Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Pengertian Pemasaran	11
2.2. Pemasaran Barang	12
2.2.1. Pemasaran Jasa.....	13
2.2.2. Karakteristik Jasa	14
2.3. Perilaku	15
2.3.1. Perubahan perilaku.....	17
2.3.1.1. Faktor internal	17
2.3.1.2 Faktor eksternal	19
2.4. Perilaku penolakan terhadap perubahan.....	20
2.4.1. Penolakan individu.....	21
2.4.2. Penolakan organisasi.....	23
2.4.3. Mengatasi perilaku penolakan perubahan	27
2.5. Teori Konflik.....	28
2.5.1. Asumsi Dasar Teori Konflik.....	28
2.5.2. Fungsi-Fungsi Teori Konflik.....	28
2.5.3. Dampak Konflik.....	29
2.6. Penelitian Terdahulu	30
2.7. Kerangka Pemikiran.....	35
2.8. Hipotesis Kerja.....	36

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian.....	37
3.2. Fokus penelitian	38
3.3. Lokasi penelitian	40
3.4. Objek penelitian	40
3.5. Jenis data	41
3.6. Sumber data.....	43
3.7. Teknik Pengumpulan Data	44
3.8. Teknik Keabsahan Data	46
3.9. Teknik Analisis Data.....	48

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Sejarah ojek di Indonesia.....	51
4.1.1. Visi Misi Pokbal.....	56
4.1.2. Motto Pokbal.....	56
4.2. Deskripsi lokasi penelitian.....	66
4.3. Daftar informan penelitian.....	66
4.4. Hasil penelitian.....	68
4.4.1. Perilaku ojek konvensional terhadap ojek <i>online</i>	68
4.4.1.1 Faktor Kebiasaan.....	73
4.4.1.2 Rasa takut terhadap hal yang tidak diketahui.....	77
4.4.1.3 Faktor Keamanan.....	80
4.4.1.4 Faktor ekonomi.....	83
4.4.1.5 Faktor Pengolahan informasi	85
4.4.1.6 Tarif yang sudah ditentukan.....	87
4.5. Keterbatasan Penelitian.....	88

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan.....	89
5.2. Saran.....	91

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

Daftar Tabel

Tabel	Halaman
2.1 Penelitian terdahulu.....	34
4.1. Wawancara terhadap tiga informan ojek konvensional.....	68
4.2. Perbandingan penghasilan ojek konvensional dan ojek <i>Online</i>	70
4.3. Hasil wawancara dengan informan Albert.....	72
4.4 Hasil wawancara dengan informan Amir.....	73
4.5 Hasil wawancara dengan informan Bayu.....	74
4.6 Hasil wawancara dengan informan Budi.....	75
4.7 Hasil wawancara dengan informan Budi.....	77
4.8 Hasil wawancara dengan informan Albert.....	80
4.9 Hasil wawancara dengan informan ojek <i>online</i>	82
4.10 Hasil wawancara dengan informan Budi dan Amir.....	84
4.11 Hasil wawancara dengan informan ojek konvensional.....	85
4.12 Hasil wawancara dengan informan Albert dan informan Amir.....	87

Daftar Gambar

Gambar	Halaman
1.1. Macam-macam layanan Go-jek.....	2
1.2. <i>Driver</i> ojek <i>Online</i> yang terdaftar di web.....	5
1.3. Aksi ojek konvensional terhadap ojek <i>Online</i>	7
4.1 Ojek sepeda pada zaman dahulu.....	53

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Banyak orang-orang kreatif menciptakan beberapa terobosan-terobosan terbaru dan tentunya sangat mengikuti teknologi. Kehadiran jasa transportasi berbasis aplikasi *online* yang menggunakan internet sangat berpengaruh bagi masyarakat dalam segala aktifitas secara cepat dan efisien. Jasa transportasi *online* tersebut terdiri dari go-jek, grab, dan uber. Yang pertama kali muncul adalah go-jek yang merupakan sebuah perusahaan teknologi asal Indonesia yang melayani angkutan melalui jasa ojek.

Perusahaan ini didirikan pada tahun 2010 di Jakarta oleh Nadiem Makarim. Layanan Go-jek tersedia di beberapa kota besar di Indonesia diantaranya Jabodetabek, Bali, Bandung, Surabaya, Makassar, Medan, Palembang, Semarang, Solo, Malang, Yogyakarta, Balikpapan, Manado, Bandar Lampung, Padang, Pekanbaru dan Batam. Bicara soal tarif yang harus di bayar, tarif go-jek langsung tampil dengan sendirinya ketika penumpang telah menentukan lokasi penjemputan dan lokasi tujuan karena tarif go-jek di tentukan berdasarkan jarak yang ditempuh. Sesuai dengan kabarnya gojek telah menetapkan harga terbaru pada 5 April 2017. Untuk mengenai tarif go-jek terbaru khusus untuk layanan *go-ride* pada jam sibuk yaitu Rp2.500 per kilometer untuk jarak 0-12 Kilometer, sedangkan untuk jarak tempuh diatas 12 km akan dikenakan biaya Rp3.000 per km nya, jadi kalau anda menggunakan gojek untuk

menempuh jarak 4 kilometer jadi anda hanya bayar Rp10.000 dan jika menempuh jarak 14 km maka anda akan dikenakan ongkos sebesar Rp42.000.



Gambar 1.1. Macam Macam layanan Go-jek.

Sumber data Go-jek Indonesia (Di akses pada tanggal 18 Januari 2018, pukul 20.00 wib)

Namun dengan munculnya Go-jek pasti ada juga yang namanya pesaing. Kita sebut saja grab. Grab merupakan sebuah perusahaan asal Singapura yang melayani aplikasi penyedia transportasi yang didirikan oleh Anthony Tan dan Tai Hooi Ling. Grab sendiri sudah tersedia di enam negara di Asia Tenggara, yakni Malaysia, Singapura, Thailand, Vietnam, Indonesia dan Filipina. Grab memiliki visi untuk merevolusi industri pertaksian di Asia Tenggara, sehingga dapat memberikan keamanan serta kenyamanan bagi pengguna kendaraan seantero Asia Tenggara. Grab sendiri memiliki layanan yang cukup lengkap seperti *Grabcar*, *Grabtaxi*, *Grab Express* dan *Grabhitch*. Untuk mengenai tarif, Grab memiliki tarif harga yang lebih murah dibandingkan go-

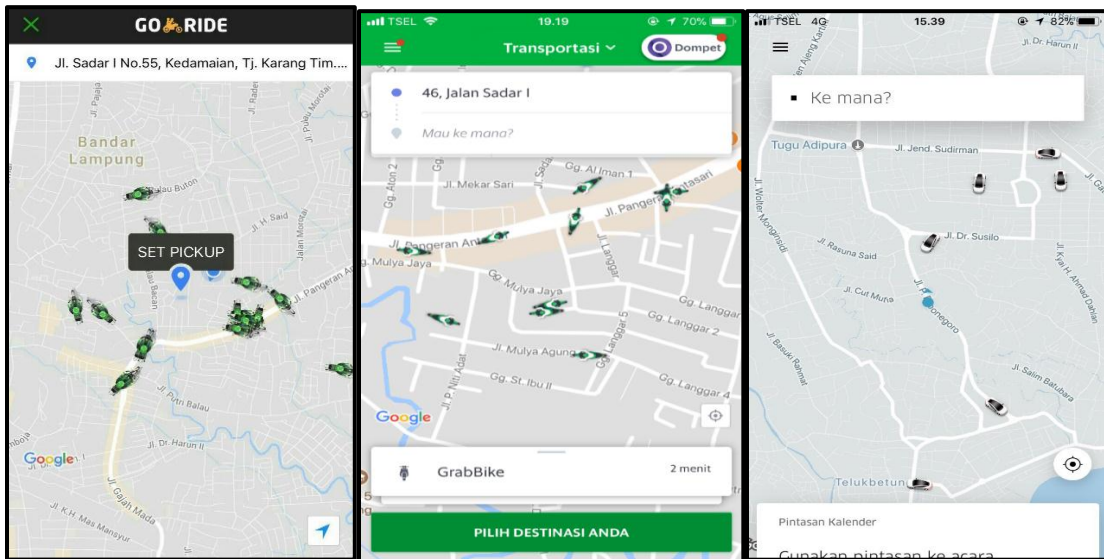
jek yaitu Rp. 10.000 setiap dibawah 6 kilometer dan tambahan per kilometer Rp. 2.500. Setelah go-jek dan grab bersaing lalu muncul sebuah perusahaan yang bergerak di bidang ojek *Online* yaitu uber. Uber didirikan pada tahun 2009 oleh Travis Kalanick di San Francisco, tetapi uber baru masuk di Indonesia pada tahun 2011. Munculnya perusahaan ini menimbulkan beberapa kontroversi karena pada saat perusahaan uber masuk ke Indonesia tidak memiliki izin sehingga uber dinyatakan ilegal. Diantara aplikasi *online* lainnya uber memiliki fitur yang cukup menarik yaitu fitur jadwalkan pesanan. Untuk memfasilitasi permintaan konsumen yang juga memerlukan penjadwalan penjemputan, Uber menciptakan fitur jadwalkan perjalanan atau "*Schedule a ride.*" Dengan fitur ini, pengguna dapat memesan layanan Uber 30 menit hingga 30 hari di depan. Pengguna dapat membatalkan pemesanan tanpa biaya pembatalan apabila pembatalan dilakukan kurang dari 5 menit sebelum waktu penjemputan. Saat ini, fitur jadwalkan perjalanan atau "*Schedule a ride*" baru tersedia untuk layanan UberX namun dapat digunakan di berbagai kota seperti Jakarta, Bandung, Bali, dan Surabaya.

Dari ketiga aplikasi tersebut, go-jek masih menduduki peringkat utama untuk pengguna aplikasinya. Menurut lembaga riset global total pengguna aplikasi gojek mencapai 21,6 persen dari total pengguna aplikasi teknologi yang dipakai di Indonesia. Sementara pesaingnya, grab dan uber mencapai angka pengguna 6,4 persen. Hal ini menyimpulkan bahwa grab dan uber masih kalah saing dengan go-jek yang penggunanya lebih banyak.

Kotler (2005; 153) menyatakan bahwa pelayanan terhadap pelanggan merupakan salah satu unsur terpenting untuk menarik minat pembeli, di simpulkan apabila kualitas pelayanan yang di tawarkan go-jek cukup baik maka gojek pun akan mendapatkan persepsi yang baik pula dari penumpangnya. Dari pengalaman saya setelah menggunakan jasa Go-jek pelayanan yang diberikan cukup baik dan *driver* pun ramah, Karena kualitas pelayanan adalah salah satu faktor yang sangat penting dalam berbisnis.

Munculnya Ojek *online* di Indonesia membawa banyak hal positif. Masyarakat yang ingin berpindah lokasi ataupun ingin membeli makanan tidak perlu keluar rumah karna dengan adanya transportasi ojek *online* ini masyarakat hanya perlu mebuat orderan melalui *smartphone* mereka, hal ini sangat memudahkan masyarakat dalam melakukan hal hal yang di butuhkan masyarakat karena tersedianya layanan layanan di aplikasi tersebut. Dan juga munculnya ojek *online* ini mengurangi pengangguran yang terdapat di Indonesia. Karena ojek online membuka lapangan pekerjaan yang luas untuk menjadi mitra, syaratnya hanyalah mempunyai kendaraan di atas 2011, harus memiliki SIM(Surat Izin Mengemudi), dan memakai *handphone* berjenis *smartphone*. Menurut kepala Badan Pusat Statistik (BPS) Suhariyanto yang dikutip oleh Antaranews (2016), ojek online membantu menurunkan angka pengangguran di beberapa daerah. Badan pusat statistik mencatat data pertumbuhan ekonomi kuartal III 2016 yang mencapai 5,02 persen. Dalam data tersebut disebutkan, pada Agustus 2016, tingkat pengangguran mencapai angka 7,03 juta orang. Pada tahun 2018 badan pusat statistik menghitung tingkat pengangguran terbuka (TPT) sebesar 5,13 % Dalam setahun

terakhir, pengangguran berkurang 140 ribu orang, sejalan dengan TPT yang turun menjadi 5,13 persen pada Februari 2018. Dilihat dari tingkat pendidikan, TPT untuk Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) tertinggi diantara tingkat pendidikan lain, yaitu sebesar 8,92 persen.



Gambar 1.2 Driver ojek online yang terdaftar di Web

Sumber data aplikasi Go-jek, Grab, Uber *mobile* (Di akses pada tanggal 18 Januari 2018, pukul 20.00 wib)

Gambar di atas memperlihatkan bahwa *driver* ojek *online* semakin tahun semakin meningkat peminat yang ingin menjadi mitra ojek *online*. Hal ini sangat baik karena dengan adanya ojek *online* sangat mengurangi persentase pengangguran yang ada di Indonesia.

Namun di balik munculnya hal positif ojek *online* yang mampu mengurangi persentase pengangguran, hal negatif pun muncul. Saat ini banyak berita bermunculan yang *negatif* dari ojek konvensional dengan ojek *online* seperti tawuran antara ojek konvensional dengan ojek *online*, ojek konvensional membakar atribut ojek *online*,

dan juga merusak pangkalan ojek konvensional. Tentu hal ini sangat disayangkan karena sangat meresahkan warga. Mungkin ada beberapa faktor yang membuat perselisihan antara ojek konvensional dengan ojek *online* tersebut, seperti berpindahnya konsumen ojek konvensional ke ojek *online*. Hal ini dikarenakan ojek *online* sangat diminati oleh masyarakat sehingga membuat para konsumen ojek konvensional pun berkurang, karena sebagian masyarakat yang malas memakai kendaraan pribadinya mereka memakai jasa ojek *online* ini untuk berpergian. Seiring berjalannya waktu, kini masyarakat lebih memilih ojek *online* dibandingkan dengan ojek konvensional dikarenakan ojek *online* telah dipercaya memudahkan aktivitas pelanggannya dan juga kemudahan dengan menggunakannya. Hal ini menimbulkan amarah kepada para *driver* ojek konvensional karena penumpang mereka yang dulu kita berpindah kepercayaan kepada ojek *Online*. Beberapa belakangan terakhir ini banyak bermunculan berita bentrok antara ojek *online* melawan ojek konvensional seperti diberhentikan paksa dan juga merusak pangkalan ojek. Konflik antara transportasi daring dan transportasi konvensional di Kota Bandar Lampung seperti Go-jek dengan Pokbal (Persatuan Ojek Bandar Lampung) berawal dari Pokbal melakukan aksi *sweeping* terhadap pengemudi Go-jek pada tanggal 14 Mei 2017, tepatnya di Jalan Zainal Abidin Pagar Alam, banyak *driver* Go-jek yang diberhentikan kemudian diambil atributnya secara paksa seperti jaket dan helm, ada juga aksi kejar-kejaran antara *driver* Go-jek dengan anggota Pokbal. Kemudian atribut yang disita dari *driver* Go-jek tersebut dibakar. Hal ini tentu membuat keresahan warga karena warga merasa waswas ketika menggunakan jasa ini lalu diberhentikan secara paksa.



Gambar 1.3 Ojek pangkalan melakukan aksi terhadap ojek online
Sumber data *Tribun news* Lampung

Beberapa pihak berusaha melakukan mediasi konflik yang terjadi antara *driver* Go-jek dan anggota Pokbal yaitu Polresta Kota Bandar Lampung DPRD Kota Bandar Lampung dan Dishub Kota Bandar Lampung yang pernah terlibat dalam mediasi kedua pihak. Dari mediasi yang dilakukan lembaga-lembaga pemerintah tersebut, konflik hanya meredam sementara karena pada 27 Oktober 2017, kembali terjadi keributan yang disertai penusukan seorang sopir angkot yang terjadi di Jalan Pulau Sebesi pertigaan Ambon Sukarame yang terjadi karena kesalahpahaman antara Go-jek dengan ojek pangkalan dan sopir angkot.

Hal ini muncul di karenakan ojek konvensional tidak terima konsumennya berpindah ke ojek *online*. Cukup di sayangkan bentrokan ini bisa terjadi padahal *General Manager of Corporate Relations* go-jek Sam Diah menyatakan go-jek hadir untuk membantu pengemudi ojek pangkalan, dan bukan sebaliknya. Bentuk bantuan yang diberikan go-jek kepada para pengojek menurutnya adalah dengan meningkatkan

penghasilan mereka dengan bantuan teknologi. Tak hanya itu, para pengojek ini juga mendapat santunan kecelakaan dan jaminan asuransi kesehatan. Yang lebih dibutuhkan untuk menyelesaikan konflik antara go-jek dengan para ojek pangkalan adalah aturan yang jelas. Mungkin ada beberapa faktor yang membuat para *driver* ojek konvensional ini tidak mengikuti ojek *online*. Karena untuk menjadi *driver* ojek *online* kita perlu memenuhi beberapa syarat seperti, Mempunyai SIM, Menggunakan *handphone smartphone*, dan mempunyai motor berkisar di atas tahun 2011. Mungkin persyaratan tersebut yang membuat para *driver* ojek konvensional tidak berpindah ke ojek *online*.

Ketua Masyarakat Transportasi Indonesia Wilayah Lampung, IB Ilham Malik kepada RRI mengatakan, keberadaan ojek online merupakan fenomena global di bidang teknologi transportasi yang berkembang pesat. Menurutnya, keberadaan ojek online di Kota Bandar Lampung saat ini, merupakan bagian dari kebijakan nasional, yang tidak bisa dihindari. Awalnya, Pemkot dan Wali Kota lebih berpihak pada ojek pangkalan. Namun, dengan banyaknya desakan warga internet di Bandar Lampung mendukung ojek online, Pemkot akhirnya melunak dan mendukung keberadaan jasa transportasi online ini.

Ada beberapa peraturan yang dibuat pemerintah untuk mengatasi konflik antara Ojek konvensional dan ojek *Online*. Peraturan tersebut, di antaranya pelarangan ojek berbasis aplikasi memarkirkan kendaraan di badan, trotoar maupun bahu jalan. Lalu, larangan bagi ojek online mencari penumpang di terminal atau trayek angkutan kota. Selain larangan menaikkan penumpang di jalur trayek angkot, ojek online juga

dilarang menaikkan penumpang di kawasan terminal. Ojek online pun dilarang menyimpan kendaraan di badan, bahu jalan, halte dan fasilitas pejalan kaki. Para penyedia jasa angkutan online diminta menyediakan tempat khusus untuk memarkir kendaraan anggotanya.

Kemunculan dan peningkatan teknologi khususnya dunia internet terus berlanjut, hal ini dikarenakan semakin meningkatnya kebutuhan masyarakat dan bermunculan orang-orang kreatif yang menciptakan terobosan terbaru. Hal ini dikarenakan masyarakat sekarang menjadikan internet sebagai kebutuhan sehari-hari seperti dalam pekerjaan dan lain-lain. Konten yang disediakan dalam dunia internet maupun aplikasi sangat menarik hal ini membuat masyarakat lebih memilih internet dibandingkan menonton TV dan di era sekarang internet sudah membawa perubahan terhadap aspek kehidupan manusia termasuk dalam perkembangan bisnis. Misalnya, ketika masyarakat ingin mengirim pesan bisa menggunakan Gmail, jika masyarakat ingin transaksi bisa menggunakan *E-banking*, adapun ojek *online* kita hanya perlu mengunduh aplikasi untuk bisa memesan ojek. Ketiga tersebut adalah contoh-contoh bahwa aplikasi atau teknologi di zaman sekarang sudah sangat memudahkan masyarakat yang menggunakannya.

Dalam hal ini peneliti tertarik untuk meneliti dampak positif dan negatif dengan keberadaannya ojek *online* terhadap ojek konvensional dan juga respon perilaku ojek konvensional setelah munculnya ojek *online*. Karena di dalam permasalahan ini apakah dengan munculnya ojek *online* ini akan menimbulkan perilaku yang negatif terhadap ojek konvensional.

Berdasarkan uraian tersebut maka perlu di lakukan penelitian yang berjudul : “**Analisis Perilaku Ojek Konvensional Terhadap Keberadaan Ojek *Online* (Studi Pada Driver Dan Penumpang Ojek Konvensional dan Ojek *Online* Di Bandar Lampung**

1.2 Rumusan masalah

1. Bagaimanakah perilaku yang di hasilkan Ojek Konvensional terhadap keberadaan ojek *Online* di Bandar Lampung?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menjelaskan perilaku yang di hasilkan Ojek Konvensional terhadap keberadaan ojek *Online* di Bandar Lampung.

1.4. Manfaat penelitian

1. Hasil dari penelitian ini berguna untuk mengurangi adanya dampak negatif antara ojek konvensional dengan Ojek *Online*.
2. Hasil dari penelitian ini berguna untuk lebih mengembangkan Ojek konvensional untuk lebih memakai teknologi dalam bekerja, karena di era globalisasi sekarang masyarakat lebih memilih sesuatu yang memakai teknologi karena teknologi s: memudahkan masyarakat.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Pengertian Pemasaran

Pemasaran adalah aktivitas, serangkaian institusi, dan proses menciptakan, mengkomunikasikan, menyampaikan, dan mempertukarkan tawaran yang bernilai bagi pelanggan dan masyarakat umum. Pemasaran di mulai dengan pemenuhan kebutuhan manusia yang bertumbuh menjadi keinginan manusia. Menurut Kotler (2004:7), “Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang didalam individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain. Pemasaran adalah salah satu komponen terpenting dalam sebuah perusahaan. Karena dalam perusahaan pemasaran berfungsi sebagai meningkatkan usaha dan mempertahankan kelangsungan perusahaan tersebut dan pemasaran akan menjelaskan fungsi manfaat dan keunggulan sebuah perusahaan, dan juga untuk menginformasikan produk terbaru dan layanan mereka . Hal tersebut lah yang membuat pemasaran adalah komponen terpenting dalam perusahaan . Tanpa adanya proses pemasaran konsumen tidak akan tahu produk yang di tawarkan dan tidak bisa membeli produk perusahaan tersebut karena Menurut Downey (2002:3), ”Pemasaran didefinisikan sebagai telah terhadap aliran produk secara fisik dan ekonomik dari produsen melalui pedagang perantara sampai ke tangan konsumen”.

Namun, hal yang penting dalam pemasaran untuk perusahaan adalah harus menerapkan strategi yang baik dan tentunya mengundang para konsumen untuk membeli produk kita, karena dalam sebuah usaha jika produk kita biasa saja tetapi strategi pemasaran kita yang cukup menarik untuk konsumen bisa jadi sukses. Karena konsumen sebelum membeli barang mereka melihat dari cara mereka memasarkan seperti promosinya dan lain lain. Di lihat dari berbagai promosi produk yang di tawarkan perusahaan rela mengeluarkan uang yang cukup banyak hanya untuk promosi karena promosi bisa menarik konsumen untuk membeli produk kita.

2.2. Pemasaran Barang

Menurut Garvin (2001:93-95) bahwa untuk menentukan kualitas produk berupa barang berdasarkan pada:

1. *Performance*; aspek fungsional suatu barang dan merupakan karakteristik utama yang dipertimbangkan pelanggan dalam membeli barang tersebut.
2. *Features*; berguna untuk menambah fungsi dasar atau berkaitan dengan pilihan produk dan pengembangannya,
3. *Reliability*; probabilitas atau kemungkinan suatu barang berhasil menjalankan fungsinya setiap kali digunakan dalam periode waktu tertentu,
4. *Conformance*; tingkat kesesuaian terhadap spesifikasi yang telah ditetapkan berdasarkan pada keinginan pelanggan.
5. *Durability*; refleksi atau umur ekonomi berupa ukuran daya tahan atau masa pakai barang,

6. *Survicability*; kecepatan, kompetensi, kemudahan dan akurasi memberikan layanan, strategi pemasaran barang dan jasa perusahaan melalui Media Iklan
7. *Ethics*; bersifat subyektif mengenai nilai-nilai estetika yang berkaitan dengan pertimbangan pribadi dan refleksi dari preferensi individual
8. *Fit and finish*; perasaan pelanggan mengenai keberadaan produk tersebut sebagai produk yang berkualitas.

2.2.1. Pemasaran Jasa

Terdapat dua produk yang dihasilkan setiap perusahaan produk berupa barang dan juga produk jasa. Bedanya adalah jika produk barang adalah sebuah produk yang memiliki fisik dan kita gunakan, tetapi dalam produk jasa adalah produk yang tidak terlihat tetapi kita bisa merasakannya . Hair dan McDaniel (2001:482) mendefinisikan jasa sebagai hasil dari usaha penggunaan manusia dan mesin terhadap sejumlah orang atau objek. Jasa meliputi suatu perbuatan, suatu kinerja, atau suatu upaya yang tidak bisa diproses secara fisik. Adapun pengertian jasa lainnya, yaitu jasa terdiri dari tindakan dan interaksi yang merupakan kontak sosial ,jasa lebih dari sekedar hasil sesuatu yang tak terhalang dan jasa merupakan interaksi sosial antara produsen dan konsumen.

2.2.2.Karakteristik jasa

Seringkali dikatakan bahwa jasa memiliki karakteristik unik yang membedakannya dari barang atau produk-produk manufaktur. Tjiptono (2004:18) mengutarakan ada Empat karakteristik yang paling sering dijumpai dalam jasa dan pembeda dari barang pada umumnya adalah:

1. Tidak berwujud

Jasa bersifat abstrak dan tidak berwujud, berarti jasa tidak dapat dilihat, Di rasakan, di cicipi, di sentuh seperti barang lainnya.

2. Heterogenitas

Jasa merupakan variabel non – standar dan sangat bervariasi. Artinya, karena jasa itu berupa suatu unjuk kerja, maka tidak ada hasil jasa yang sama walaupun dikerjakan oleh satu orang. Hal ini dikarenakan oleh interaksi manusia (karyawan dan konsumen) dengan segala perbedaan harapan dan persepsi yang menyertai interaksi tersebut.

3. Tidak dapat dipisahkan

Jasa umumnya dihasilkan dan dikonsumsi pada saat yang bersamaan, dengan partisipasi konsumen dalam proses tersebut. Berarti, konsumen harus berada di tempat jasa yang dimintanya, sehingga konsumen melihat dan bahkan ikut ambil bagian dalam proses produksi tersebut.

4. Tidak tahan lama

Jasa tidak mungkin disimpan dalam persediaan. Artinya, jasa tidak bisa disimpan, dijual kembali kepada orang lain, atau dikembalikan kepada produsen jasa dimana ia membeli jasa. Adapun macam macam karakteristik jasa lainnya menurut para ahli seperti menurut Kotler dan Armstrong (2012:223), terdapat empat point karakteristik jasa, yaitu:

1. Segmen pasar

Berdasarkan segmen pasar jasa di bedakan menjadi jasa kepada konsumen seperti taksi, asuransi jiwa, pendidikan,

2. Tingkat berkewujudan

Klasifikasi ini berhubungan dengan tingkat keterlibatan produk fisik dan konsumen. klasifikasi ini di bedakan menjadi *Rented goods service, owned food service*.

3. Keterlampilan penyedia jasa

Kriteria jasa ini seperti Konsultan manajemen, konsultan hukum dan konsultan pajak.

4. Tujuan organisasi jasa

Berdasarkan klasifikasi ini jasa dibagi menjadi *commercial service* atau *profit service* (seperti bank dan penerbangan), serta Non-Profit (seperti sekola, yayasan, panti asuhan dan museum).

2.3. Perilaku

Pengertian Perilaku adalah tindakan atau aktivitas dari manusia itu sendiri yang mempunyai bentangan arti yang sangat luas antara lain : berjalan, berbicara, menangis, tertawa, bekerja, kuliah, menulis, membaca, dan sebagainya. Dari uraian tersebut bisa disimpulkan bahwa perilaku manusia adalah semua kegiatan atau aktivitas manusia, baik yang diamati langsung, maupun yang tidak dapat diamati oleh pihak luar (Notoatmodjo, 2003). Sedangkan dalam pengertian umum perilaku adalah segala perbuatan atau tindakan yang dilakukan oleh makhluk hidup.

Pengertian perilaku dapat dibatasi sebagai keadaan jiwa untuk berpendapat, berfikir, bersikap, dan lain sebagainya yang merupakan refleksi dari berbagai macam aspek, baik fisik maupun non fisik.

Proses pembentukan dan atau perubahan perilaku dipengaruhi oleh beberapa faktor yang berasal dari diri individu itu sendiri, antara lain susunan syaraf pusat, persepsi, motivasi, emosi dan belajar. Susunan syaraf pusat memegang peranan penting dalam perilaku manusia, karena perilaku merupakan perpindahan dari rangsangan yang masuk ke respon yang dihasilkan. Perpindahan ini dilakukan oleh susunan syaraf pusat dengan unit-unit dasarnya yang disebut neuron. Neuron memindahkan energi dalam impuls-impuls syaraf. Perubahan perilaku dalam diri seseorang dapat diketahui melalui persepsi. Persepsi ini adalah pengalaman yang dihasilkan melalui indra pendengaran, penciuman dan sebagainya. Para psikolog mengemukakan bahwa perilaku terbentuk dari adanya interaksi antara domain trikomponen sikap yakni interaktif antara komponen kognitif, afektif dan domain konatif. Namun masih terdapat kekeliruan yang menganggap komponen konatif salah satu komponen dalam trikomponen sikap sebagai perilaku (*behaviour*), sehingga perilaku dianggap sebagai salah satu komponen sikap (*Attitude*).

Ada tiga asumsi yang saling berkaitan mengenai perilaku manusia. Pertama perilaku itu disebabkan; Kedua, perilaku itu digerakan; Ketiga, perilaku itu ditujukan pada sasaran/tujuan". Dalam hal ini berarti proses perubahan perilaku mempunyai kesamaan untuk setiap individu, yakni perilaku itu ada penyebabnya, dan terjadinya tidak dengan spontan, dan mengarah kepada suatu sasaran baik

secara eksklusif maupun inklusif “Perilaku pada dasarnya berorientasi *tujuan (goal oriented)*”. Dengan perkataan lain, perilaku kita pada umumnya dimotivasi oleh suatu keinginan untuk mencapai tujuan tertentu. Oleh karena itu perilaku terbentuk atas pengaruh pendirian, lingkungan eksternal, kepentingan yang disadari, kepentingan responsif, ikut-ikutan atau yang tidak disadari serta rekayasa dari luar.

2.3.1. Perubahan Perilaku

Perubahan perilaku dalam diri seseorang dapat terjadi melalui proses belajar. Diartikan sebagai proses perubahan perilaku yang didasari oleh perilaku terdahulu. Dalam proses belajar ada tiga proses yang berkaitan yaitu masukan, proses dan keluaran (Notoatmojo:2005). Perubahan perilaku merupakan suatu paradigma bahwa manusia akan berubah sesuai dengan apa yang mereka pelajari dari keluarga, teman, sahabat ataupun belajar dari diri sendiri. Proses pembelajaran inilah yang nantinya membuat karakter perilaku tersebut. Dalam perkembangannya, perilaku seseorang dapat berubah-ubah sesuai dengan hal-hal yang memungkinkan perubahan itu terjadi. Dalam perkembangannya di kehidupan, perilaku manusia dipengaruhi oleh beberapa faktor intern dan ekstern yang memungkinkan suatu perilaku mengalami perubahan. Berikut diuraikan faktor-faktor yang mempengaruhi perubahan perilaku pada manusia.

2.3.1.1. Faktor Internal

Tingkah laku manusia adalah corak kegiatan yang sangat dipengaruhi oleh faktor yang ada dalam dirinya. Faktor-faktor intern yang dimaksud antara lain jenis ras/keturunan,

jenis kelamin, sifat fisik, kepribadian, bakat, dan intelegensia. Faktor-faktor tersebut akan dijelaskan secara lebih rinci seperti di bawah ini.

1. Jenis Ras/ Keturunan

Setiap ras yang ada di dunia memperlihatkan tingkah laku yang khas. Tingkah laku khas ini berbeda pada setiap ras, karena memiliki ciri-ciri tersendiri.

2. Jenis Kelamin

Perbedaan perilaku berdasarkan jenis kelamin antara lain cara berpakaian, melakukan pekerjaan sehari-hari, dan pembagian tugas pekerjaan. Perbedaan ini bisa dimungkinkan karena faktor hormonal, struktur fisik maupun norma pembagian tugas. Wanita seringkali berperilaku berdasarkan perasaan, sedangkan orang laki-laki cenderung berperilaku atau bertindak atas pertimbangan rasional.

3. Sifat Fisik

tipologi perilaku seseorang berdasarkan tipe fisiknya. Misalnya, orang yang pendek, bulat, gendut, wajah berlemak adalah tipe piknis. Orang dengan ciri demikian dikatakan senang bergaul, humoris, ramah dan banyak teman.

4. Kepribadian

Kepribadian adalah segala corak kebiasaan manusia yang terhimpun dalam dirinya yang digunakan untuk bereaksi serta menyesuaikan diri terhadap segala rangsang baik yang datang dari dalam dirinya maupun dari lingkungannya, sehingga corak dan kebiasaan itu merupakan suatu kesatuan fungsional yang khas untuk manusia itu. Dari pengertian tersebut, kepribadian seseorang jelas sangat berpengaruh terhadap perilaku sehari-harinya.

5. Intelegensia

Intelegensia adalah keseluruhan kemampuan individu untuk berpikir dan bertindak secara terarah dan efektif. Bertitik tolak dari pengertian tersebut, tingkah laku individu sangat dipengaruhi oleh intelegensia. Tingkah laku yang dipengaruhi oleh intelegensia adalah tingkah laku intelegen di mana seseorang dapat bertindak secara cepat, tepat, dan mudah terutama dalam mengambil keputusan.

6. Bakat

Bakat adalah suatu kondisi pada seseorang yang memungkinkannya dengan suatu latihan khusus mencapai suatu kecakapan, pengetahuan dan keterampilan khusus, misalnya berupa kemampuan memainkan musik, melukis, olah raga, dan sebagainya.

2.3.1.2. Faktor Eksternal

1. Pendidikan

Inti dari kegiatan pendidikan adalah proses belajar mengajar. Hasil dari proses belajar mengajar adalah seperangkat perubahan perilaku. Dengan demikian pendidikan sangat besar pengaruhnya terhadap perilaku seseorang. Seseorang yang berpendidikan tinggi akan berbeda perilakunya dengan orang yang berpendidikan rendah.

2. Agama

Agama akan menjadikan individu bertingkah laku sesuai dengan norma dan nilai yang diajarkan oleh agama yang diyakininya.

3. Kebudayaan

Kebudayaan diartikan sebagai kesenian, adat istiadat atau peradaban manusia. Tingkah laku seseorang dalam kebudayaan tertentu akan berbeda dengan orang yang hidup pada kebudayaan lainnya, misalnya tingkah laku orang Jawa dengan tingkah laku orang Papua.

4. Lingkungan

Lingkungan adalah segala sesuatu yang ada di sekitar individu, baik lingkungan fisik, biologis, maupun sosial. Lingkungan berpengaruh untuk mengubah sifat dan perilaku individu karena lingkungan itu dapat merupakan lawan atau tantangan bagi individu untuk mengatasinya. Individu terus berusaha menaklukkan lingkungan sehingga menjadi jinak dan dapat dikuasainya.

5. Sosial Ekonomi

Status sosial ekonomi seseorang akan menentukan tersedianya suatu fasilitas yang diperlukan untuk kegiatan tertentu, sehingga status sosial ekonomi ini akan mempengaruhi perilaku seseorang.

2.4.. Perilaku Penolakan Terhadap Perubahan

Seperti yang kita tahu, perubahan sering mengalami penolakan di organisasi dan anggota organisasi. Dari segi positif, penolakan pada perubahan menghindarkan organisasi dari konflik fungsional. Selain itu penolakan juga merangsang terjadinya debat yang sehat dalam menghasilkan keputusan yang baik. Tetapi dari segi negative, penolakan pada perubahan akan membuat organisasi berada pada zona nyaman dan enggan terhadap penyesuaian dan kemajuan jaman. Penolakan terhadap perubahan dapat ditunjukkan secara langsung dan tertunda. Penolakan langsung merupakan

penolakan yang terang-terangan seperti mogok kerja, keluhan, ancaman, demo, dll. Tantangan yang lebih besar bagi organisasi adalah penolakan secara tertunda. Upaya penolakan tertunda lebih halus seperti hilangnya loyalitas, hilangnya motivasi, meningkatnya kesalahan kerja, meningkatnya jumlah bolos kerja, dll. Berikut merupakan sumber-sumber penolakan:

2.4.1. Penolakan Individu

Penolakan ini berasal dari sifat individual yang terletak pada karakter manusiawi seseorang:

1. Kebiasaan

Manusia merupakan makhluk kebiasaan. Apabila harus mengambil keputusan untuk setiap hari maka akan terlalu rumit. Dalam mengatasi kerumitan tersebut manusia mengandalkan kebiasaan. Tetapi apabila dihadapkan pada perubahan, maka enggan untuk mengubah kebiasaan. Contoh: apabila kantor anda pindah kelokasi yang berubah dan lebih jauh, maka anda cenderung mengubah kebiasaan seperti bangun pagi lebih awal, memahami jalanan baru, menyesuaikan dengan letak yang baru, beradaptasi dengan kondisi yang baru, dll.

2. Keamanan

Orang dengan kebutuh yang tinggi akan keamanan cenderung menolak perubahan karena perubahan itu mengancam rasa aman. Contoh: apabila sebuah perusahaan menerapkan perubahan teknologi dengan menggunakan robot, maka karyawan

cenderung merasa khawatir karena pekerjaan mereka berada dalam bahaya dan dapat digantikan fungsinya.

3. Faktor Ekonomi

Penolakan dari individu juga berasal dari kekawatiran akan pengurangan penghasilan. Contoh : perubahan dalam tugas kerja karyawan dan system jam kerja membuat karyawan merasa khawatir tidak mampu melakukan tugas yang baru atau tidak dapat memenuhi standar apabila upah dikaitkan dengan produktivitas atau jam kerja.

4. Rasa Takut terhadap hal yang tidak diketahui

Perubahan membuat segala sesuatu menjadi baru dan tidak pasti. Individu cenderung tidak menyukai ketidakpastian. Contoh : Pada saat masih di SMA dan menjadi senior, siswa merasa memahami segala sesuatu yang terjadi dalam lingkungannya. Tetapi setelah lulus dan menjadi mahasiswa, otomatis kembali menjadi junior yang kurang paham dengan system yang baru di perguruan tinggi. Peralihan dari sesuatu yang sudah diketahui menjadi yang tidak diketahui membuat rasa takut dan tidak aman.

5. Pengolahan informasi selektif

Individu membentuk dunia mereka menurut persepsi mereka masing-masing. Persepsi inilah yang membuat individu susah menerima perubahan. Individu cenderung membatasi diri dari informasi tentang perubahan, agar persepsinya tetap benar.

2.4.2. Penolakan Organisasi

Penolakan ini berasal dari doktrin atau sesuatu yang sudah melekat dan berakar dalam sebuah organisasi.

1. Kelembaman struktural

Organisasi biasanya sudah memiliki mekanisme atau tata cara yang dapat menghasilkan kestabilan. Sehingga karyawan merasa sudah cocok dengan kondisi organisasi mereka. Tetapi apabila terjadi perubahan, maka mekanisme tersebut akan menjadi pengimbang atau mempertahankan stabilitas.

2. Fokus perubahan terbatas

Organisasi terbentuk dari subsystem yang saling bergantung. Apabila ingin melakukan perubahan, tidak cukup hanya pada satu subsystem saja tetapi harus mempengaruhi secara penuh.

3. Kelembaman kelompok

Ada kalanya, individu ingin menerima dan melakukan perubahan yang ada. Tetapi kelompok dimana individu ini berada biasanya bertindak sebagai penghambat perubahan itu sendiri atau ada penolakan dari kelompok yang akhirnya membuat individu tersebut cenderung menyetujui penolakan kelompok.

4. Ancaman terhadap keahlian

Perubahan dapat mengancam beberapa bagian dalam organisasi yang memiliki keahlian khusus. Contoh : sebuah perusahaan menerapkan perubahan *system*

komputerisasi yang dapat diakses oleh siapa saja (desentralisasi). Hal ini mengancam posisi keahlian bagian departemen system informasi (sentralisasi).

5. Ancaman terhadap hubungan kekuasaan yang mapan

Sistem kewenangan dalam pengambilan keputusan secara desentralisasi merupakan ancaman bagi para manajer yang biasanya memiliki kekuasaan dalam pengambilan keputusan.

6. Ancaman terhadap alokasi sumberdaya yang mapan

Kelompok – kelompok dalam organisasi yang mengendalikan sumber daya secara besar cenderung menolak perubahan. Karena dikawatirkan akan mengurangi kemampuan mereka untuk menguasai sumber daya itu lagi dimasa yang akan datang.

2.4.3. Mengatasi Penolakan Perubahan

Ada 6 taktik yang dapat digunakan oleh agen perubahan dalam menangani penolakan terhadap perubahan :

1. Pendidikan dan Komunikasi

Penolakan dapat dikurangi lewat adanya komunikasi yang jelas dengan para karyawan agar mereka mampu melihat logika perubahan. Pada dasarnya taktik ini berasumsi bahwa penolak terjadi karena adanya salah paham atau kurangnya informasi yang didapatkan tentang perubahan tersebut. Komunikasi bisa ditempuh melalui pembahasan personal, memo, presentasi, . Taktik ini dapat berhasil jika ada hubungan timbal balik antara manajemen dan karyawan serta ada kepercayaan diantara mereka.

2. Partisipasi

Sulit bagi individu untuk menolak keputusan perubahan jika mereka juga berpartisipasi didalam keputusan tersebut. Sebelum ada perubahan, orang-orang yang menentang ini dapat diajak untuk berpartisipasi dalam pengambilan keputusan. Keterlibatan mereka ini dapat mengurangi penolakan, meningkatkan komitmen dan meningkatkan kualitas keputusan terhadap perubahan. Kelemahan taktik ini adalah potensi terjadinya pemecahan yang lebih buruk serta menghabiskan banyak waktu.

3. Kemudahan dan dukungan

Agen perubahan dapat menawarkan upaya pendukung untuk mengurangi penolakan. Bila rasa takut dan kecemasan karyawan tinggi maka dapat dilakukan penyuluhan, pelatihan dan upaya-upaya lain yang membuat karyawan merasa lebih tenang dalam perubahan. Kelemahannya adalah terlalu memakan waktu dan biaya serta tidak ada jaminan untuk berhasil

4. Perundingan

Agen perubahan dapat melakukan pertukaran sesuatu yang berharga untuk mengurangi penolakan. Taktik ini diharuskan apabila yang menolak perubahan berasal dari sumber yang berkuasa. Risikonya adalah setelah agen perubahan melakukan perundingan dengan satu pihak untuk menghindari penolakan, kemungkinan besar ia akan diperas oleh individu-individu lain yang berada pada kedudukan berkuasa.

5. Manipulasi dan kooptasi

Manipulasi mengacu pada upaya pengaruh yang tersembunyi seperti menghasut, memutar balik fakta, menahan informasi yang tidak diinginkan dan menciptakan informasi palsu agar karyawan mau menerima perubahan. Kooptasi merupakan bentuk manipulasi dan sekaligus partisipasi. Kooptasi berusaha menyuap pemimpin kelompok penolak dengan memberi mereka peran utama dalam keputusan perubahan. Hal ini dilakukan untuk seolah-olah mendapatkan dukungan mereka.

Manipulasi dan kooptasi cenderung mudah dilakukan dan tidak mahal tetapi taktik ini dapat menjadi boomerang apabila sasaran menyadari bahwa diri mereka dimanfaatkan. Selain itu kredibilitas agen perubahan bisa merosot.

6. Pemaksaan

Pemaksaan berarti penerapan ancaman atau kekuatan langsung terhadap para penolak. Contohnya ancaman PHK, pemindahan kerja, hilangnya promosi, surat rekomendasi buruk, dll. Kelebihan dan kelemahannya sama seperti manipulasi dan kooptasi.

2.5. Teori Konflik

Menurut Lacey (2003:228) Konflik adalah pertengkaran, perkelahian, perselisihan tentang perbedaan pendapat, pertentangan berlawanan atau berselisih, dengan artian teori konflik adalah teori yang memandang bahwa perubahan sosial tidak terjadi melalui proses penyesuaian nilai-nilai yang membawa perubahan, tetapi terjadi akibat adanya konflik yang menghasilkan kompromi-kompromi yang berbeda dengan kondisi semula.

Soekanto dalam Ahmadi (2009: 282) mendefinisikan konflik sebagai suatu proses sosial di mana orang perorangan atau kelompok manusia berusaha untuk memenuhi tujuannya dengan jalan menentang pihak lawan yang disertai dengan ancaman dan kekerasan. Jadi konflik tidak selalu diidentikan dengan kerusakan. Konflik dalam hal ini dipahami sebagai sebuah keadaan yang tidak diinginkan karena menimbulkan kecemasan dan perasaan tidak nyaman. Konflik yang demikian, merupakan konflik yang terjadi antar individu atau kelompok-kelompok yang menggunakan tindakan ancaman dan kekerasan untuk memenuhi kebutuhan, melindungi kepentingan maupun mencapai tujuannya.

Berdasarkan pemaparan ahli maka dapat disimpulkan bahwa konflik merupakan pertentangan atau perselisihan antara dua pihak atau lebih yang terjadi karena suatu objek konflik yang sama, konflik bisa berupa konflik fisik ataupun non fisik. Kondisi yang terjadi berupa pertentangan dan perbedaan yang akibatnya dapat menimbulkan rasa cemas dan rasa tidak aman sebab sedikitnya konflik yang terjadi menggunakan ancaman dan tindakan kekerasan dalam mencapai tujuannya.

2.5.1. Asumsi Dasar Teori Konflik

Ada beberapa asumsi dasar dari teori konflik ini. Teori konflik merupakan antitesis dari teori struktural fungsional, dimana teori struktural fungsional sangat mengedepankan keteraturan dalam masyarakat. Teori konflik melihat pertikaian dan konflik dalam sistem sosial. Teori konflik melihat bahwa di dalam masyarakat tidak akan selamanya berada pada keteraturan. Buktinya dalam masyarakat manapun pasti

pernah mengalami konflik-konflik atau ketegangan-ketegangan. Kemudian teori konflik juga melihat adanya dominasi, koersi, dan kekuasaan dalam masyarakat. Teori konflik juga membicarakan mengenai otoritas yang berbeda-beda. Otoritas yang berbeda-beda ini menghasilkan superordinasi dan subordinasi. Perbedaan antara superordinasi dan subordinasi dapat menimbulkan konflik karena adanya perbedaan kepentingan.

Teori konflik juga mengatakan bahwa konflik itu perlu agar terciptanya perubahan sosial. Ketika struktural fungsional mengatakan bahwa perubahan sosial dalam masyarakat itu selalu terjadi pada titik ekulibrium, teori konflik melihat perubahan sosial disebabkan karena adanya konflik-konflik kepentingan.

2.5.2. Fungsi Konflik

Kritik yang dilancarkan terhadap teori konflik dan fungsionalisme struktural maupun kekurangan yang melekat di dalam masing-masing teori itu, menimbulkan beberapa upaya untuk mengatasi masalahnya dengan merekonsiliasi atau mengintegrasikan kedua teori tersebut. Asumsinya adalah bahwa dengan kombinasi maka kedua teori tersebut itu akan menjadi lebih kuat ketimbang masing-masing berdiri sendiri. Karya paling terkenal yang mencoba mengintegrasikan kedua perspektif ini berasal dari Lewis A Coser, *The Function of Social Conflict*. Menurut Lewis A. Coser bahwa konflik mempunyai beberapa fungsi sebagai berikut:

1. Konflik dapat membantu mengeratkan ikatan kelompok yang berstruktur secara longgar. Masyarakat yang mengalami disintegrasi atau berkonflik dengan masyarakat lain, dapat memperbaiki kepaduan integrasi.

2. Konflik dapat membantu menciptakan kohesi melalui aliansi dengan kelompok lain. Contoh, konflik antara bangsa Arab dan Israel akan menimbulkan aliansi antara Israel dan Amerika Serikat. Sehingga berkurangnya konflik Israel dengan Arab mungkin dapat memperlemah hubungan antara Israel dan Amerika Serikat.
3. Konflik dapat membantu mengaktifkan peran individu yang semula terisolasi. Protes terhadap perang Vietnam memotivasi kalangan anak muda untuk pertama kali berperan dalam kehidupan politik di Amerika. Dengan berakhirnya konflik Vietnam muncul kembali semangat apatis dikalangan pemuda Amerika.
4. Konflik juga dapat membantu fungsi komunikasi. Sebelum konflik, kelompokkelompok mungkin tidak percaya terhadap posisi musuh mereka, tetapi akibat konflik, posisi dan batas antar kelompok ini sering menjadi diperjelas. Oleh karena itu individu bertambah mampu memutuskan untuk mengambil tindakan yang tepat dalam hubungannya dengan musuh mereka. Konflik juga memungkinkan pihak yang bertikai menemukan ide yang lebih baik mengenai kekuatan relatif mereka dan meningkatkan kemungkinan untuk saling mendekati atau saling berdamai.

2.5.3. Dampak Konflik

Pada dasarnya konflik menghasilkan dua dampak yaitu dampak positif dan negatif. Konflik akan menghasilkan dampak negatif jika konflik itu dibiarkan, tidak dikelola serta telah mengarah pada tindakan destruktif. Sebaliknya, konflik akan berdampak positif jika konflik itu dapat dikelola sehingga konflik kemudian bersifat konstruktif. Sebagaimana pendapat Lacey (2003: 53-57) yang mengatakan bahwa konflik tidak hanya menghasilkan dampak yang negatif tetapi konflik juga memiliki dampak positif.

Konflik tidak harus merusakkan atau bersifat disfungsional untuk sistem di mana konflik itu terjadi, melainkan bahwa konflik itu dapat mempunyai konsekuensi-konsekuensi positif atau menguntungkan sistem ini

Konflik yang destruktif senantiasa muncul dalam bentuk kehancuran disemua sisi, seperti kehancuran tata sosial dan fisik. Konflik destruktif menyertakan cara-cara kekerasan didalamnya. Dampak dari konflik destruktif diantaranya : (1) korban luka, (2) korban jiwa, (3) kerusakan sarana dan prasarana sosial, (4) kerugian materil, (5) keretakan dan kehancuran hubungan sosial. Sedangkan konflik konstruktif akan muncul dalam bentuk peningkatan kerjasama atau kesepakatan yang menguntungkan seluruh pihak yang berkonflik.

Berdasarkan pendapat-pendapat yang dikemukakan oleh para ahli diatas, dapat dimaknai bahwa konflik selain bisa menimbulkan dampak negatif, namun nyatanya konflik bisa menimbulkan dampak yang positif seperti bertambah kuatnya solidaritas antar pihak-pihak yang berkonflik dan memunculkan sebuah kompromi baru apabila pihak yang berkonflik dalam kekuatan yang seimbang

2.6. Penelitian terdahulu

1. Hasil penelitian yang di lakukan Yudhaningsih Resi yang berjudul "Peningkatan efektivitas kerja melalui komitmen", perubahan dan budaya organisasi. Tidak semua pegawai dapat menyesuaikan diri terhadap perkembangan organisasi maka setiap perubahan organisasi selalu menghadapi berbagai masalah, terutama adalah penolakan atas perubahan (*resistance to change*). Penolakan atas perubahan tidak selalu muncul

dalam bentuk standar (eksplisit) dan segera misalnya mengajukan protes, mengancam mogok, demonstrasi dan sejenisnya tetapi juga ada penolakan secara eksplisit dan lambat laun seperti loyalitas pada organisasi menurun, motivasi berkurang, kesaahan kerja meningkat, kedisiplinan berkurang dan lain-lain. Kultur atau kebiasaan memiliki implikasi terhadap kecepatan dan ketepatan dalam penyelesaian pekerjaan. Budaya organisasi yang sehat berpengaruh terhadap peningkatan efektivitas kerja. Terjadinya perubahan-perubahan dalam organisasi juga mempunyai dampak pada terjadinya perubahan dalam tugas dan kewajiban pegawai. Para pegawai diharapkan menjadi lebih kreatif mencari cara baru untuk memperbaiki efektivitas dan efisiensi kerja di organisasi. Ketika organisasi mengurangi jumlah pegawai, organisasi itu akan lebih tergantung pada pegawai yang tetap tinggal untuk melakukan hal-hal melebihi apa yang ditugaskan kepada mereka. Berkaitan dengan nilai profesional yang dianut, maka pegawai seharusnya adaptif terhadap perubahan-perubahan nilai budaya organisasi. Sikap terhadap budaya organisasi menjadi lebih bermakna dalam mempercepat atau memperlambat kemampuan adaptif ini. Apabila pegawai memiliki nilai individual yang bertentangan dengan budaya organisasi, hal ini menunjukkan tingkat afeksi yang rendah, demikian pula sebaliknya. Dalam hal ini harus ada fakta yang jelas bagaimana sikap pegawai terhadap budaya organisasi yang berlaku.

2. Hasil penelitian yang di lakukan oleh Lianna Sugandi yang berjudul “Dampak implementasi *Change Management* pada organisasi Faktor-faktor yang menyebabkan timbulnya perubahan adalah:

1. Teknologi
2. Kondisi ekonomi

3. Kompetisi global
4. Adanya perubahan sosial dan demografik
5. Tantangan-tantangan internal.

Perubahan-perubahan yang terjadi pada organisasi-organisasi ditimbulkan oleh aneka macam kekuatan eksternal dan internal. Untuk dapat berkembang dan bertahan maka organisasi-organisasi perlu bereaksi dan menyesuaikan diri terhadap berbagai macam kekuatan. Organisasi yang melaksanakan kegiatan inovasi dan secara kesinambungan untuk memperbaiki produk guna memenuhi permintaan konsumen yang berubah dan untuk menghadapi pesaing. Perubahan dalam organisasi dapat dihadapi dengan tiga cara yaitu

1. Menentang
2. Mengikuti
3. Memimpin

Penentang mencoba untuk tidak berubah hal yang tak mungkin pada saat ini, kebanyakan individu atau organisasi yang menolak perubahan akan ketinggalan atau gagal dan akhirnya akan mengikuti perubahan, Mencoba untuk mengantisipasi memimpin perubahan lebih aman karena aspek positif perubahannya tidak sejelas aspek negatifnya jika telah terjadi perubahan dalam cara pandang dan dalam menyusun strategi untuk masuk dan bermain di dalam bisnis maka tren perubahan organisasi terus meningkat dalam frekuensi, kecepatan, kompleksitas dan gejolak dalam kondisi saat ini dan sepertinya tidak ada tanda-tanda penurunan. Menurut Winardi J. (2007: 27) perubahan dapat menimbulkan dampak negatif tetapi juga dapat menimbulkan

dampak positif bagi organisasi. Perubahan dapat mempengaruhi setiap aspek kehidupan organisasi dengan bersikap proaktif terhadap perubahan yaitu dengan satu-satunya cara untuk menguasai masa depan organisasi. Perubahan structural internal organisasi dan pasar yang sering berakar pada perubahan yang lebih luas dalam masyarakat, ekonomi dan teknologi. Ada banyak faktor yang bisa membuat dibutuhkannya tindakan perubahan. Pakar perilaku didalam perusahaan yang dalam bukunya *Organizational Behavior* yang ditulis oleh Kreiner Robert dan Kinicki Angelo (2001) yang dikutip oleh Gunawan R., D., Suryono R., R., dan Purwanto I., (2010) mengatakan bahwa ada dua kekuatan yang dapat mendorong munculnya kebutuhan untuk melakukan perubahan yaitu:

1. Kekuatan eksternal, yaitu kekuatan yang muncul dari luar organisasi seperti karakteristik demografis (usia pendidikan tingkat keterampilan, jenis kelamin, imigrasi dll. Perkembangan teknologi perubahan-perubahan pasar, tekanan-tekanan social dan politik
2. Kekuatan internal, yaitu kekuatan yang muncul dari dalam organisasi, seperti masalah-masalah sumber daya manusia (kebutuhan yang tidak terpenuhi, ketidakpuasan kerja, produktifitas, motivasi kerja dan sebagainya), perilaku dan keputusan manajemen.

Tabel 2.1. Penelitian terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Tahun	Hasil penelitian
1	Yudhaningsih	Peningkatan efektivitas kerja	2010	Tidak semua pegawai dapat menyesuaikan

		melalui komitmen perubahan budaya organisasi		diri terhadap perkembangan organisasi maka setiap perubahan organisasi selalu menghadapi berbagai masalah, terutama adalah penolakan atas perubahan (<i>resistance to change</i>). Penolakan atas perubahan tidak selalu muncul dalam bentuk standar (eksplisit) dan segera misalnya mengajukan protes, mengancam mogok, demonstrasi dan sejenisnya tetapi juga ada penolakan secara eksplisit dan lambat laun seperti loyalitas pada organisasi menurun, motivasi berkurang, kesaahan kerja meningkat, kedisiplinan berkurang dan lain-lain. Kultur atau kebiasaan memiliki implikasi terhadap kecepatan dan ketepatan dalam penyelesaian pekerjaan
2	Liana Sugandi	Dampak implementasi <i>Change Management</i> pada organisasi Faktor-faktor yang menyebabkan	2005	Perubahan-perubahan yang terjadi pada organisasi-organisasi ditimbulkan oleh aneka macam kekuatan eksternal dan internal. Untuk dapat

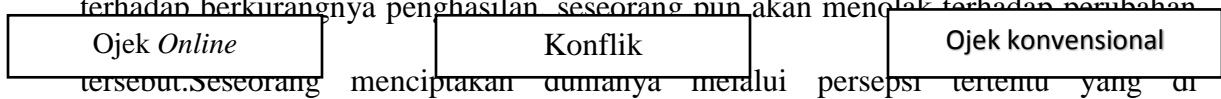
		timbulnya perubahan		berkembang dan bertahan maka organisasi-organisasi perlu bereaksi dan menyesuaikan diri terhadap berbagai macam kekuatan. Organisasi yang melaksanakan kegiatan inovasi dan secara kesinambungan untuk memperbaiki produk guna memenuhi permintaan konsumen yang berubah dan untuk menghadapi pesaing. perubahan dapat menimbulkan dampak negatif tetapi juga dapat menimbulkan dampak positif bagi organisasi. Perubahan dapat mempengaruhi setiap aspek kehidupan organisasi dengan bersikap proaktif terhadap perubahan yaitu dengan satu-satunya cara untuk menguasai masa depan organisasi. Perubahan structural internal organisasi dan pasar yang sering berakar pada perubahan yang lebih luas dalam masyarakat, ekonomi dan teknologi. Ada
--	--	---------------------	--	---

				banyak faktor yang bisa membuat dibutuhkanya tindakan perubahan.
--	--	--	--	--

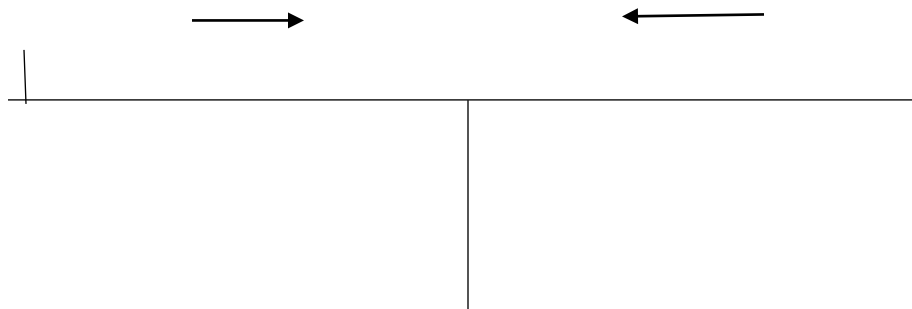
2.7. Kerangka Pemikiran

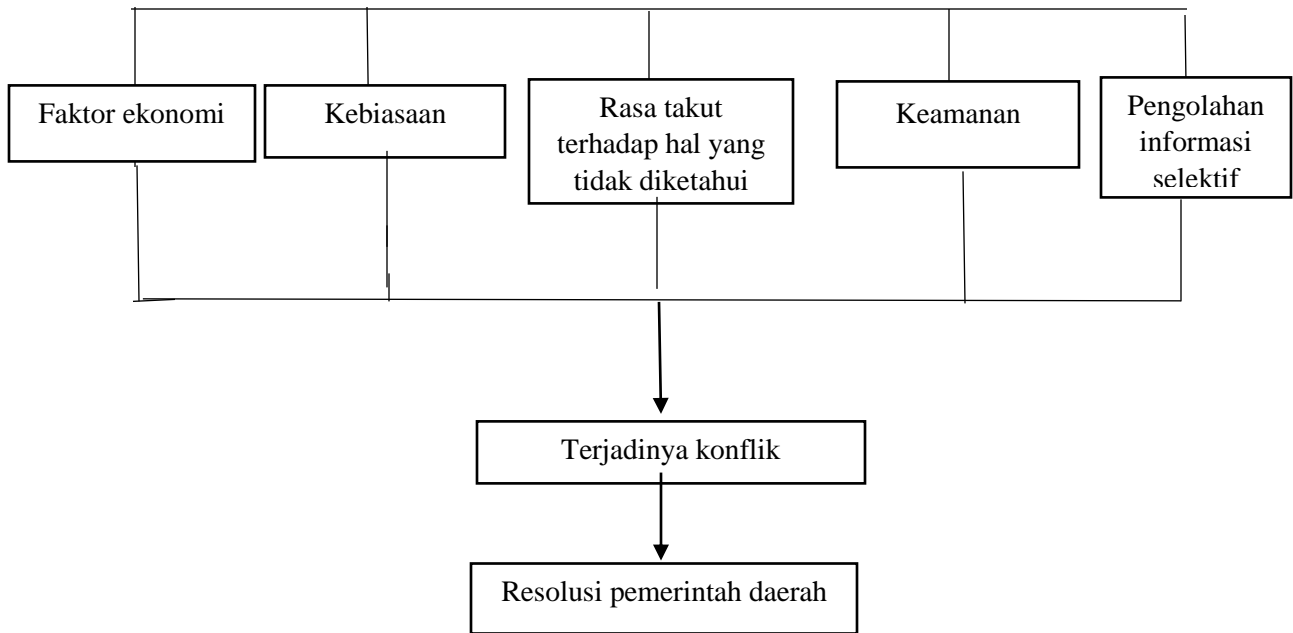
Menurut Sondang P. Siagian (2004:77), kecenderungan para individu dalam organisasi menolak perubahan dapat dikatakan dari kebiasaan. Manusia cenderung mengandalkan kebiasaan yang sudah mendarah daging. Akan tetapi apabila perubahan yang akan terjadi di pandang sebagai ancaman terhadap rasa aman dalam pekerjaan, jabatan, karier dan penghasilan seseorang akan cenderung menolak.

Manusia tidak menyukai sesuatu yang asing. Jika perubahan akan membawa sesuatu yang asing, akan terjadi penolakan karena seseorang memandang bahwa yang asing itu membawa ketidakjelasan dan ketidakpastian. Apabila perubahan biasa mengancam terhadap berkurangnya penghasilan seseorang pun akan menolak terhadap perubahan tersebut.



Seseorang menciptakan dunianya melalui persepsi tertentu yang di kembangkannya. Dengan dunia ciptaannya seseorang akan menolak perubahan karena dia tidak mau ada gangguan terhadap keutuhan persepsi yang telah di bentuknya. Dari faktor-faktor tersebut dapat di teliti bahwa penolakan terhadap perubahan pada ojek *Online*, masyarakat mempengaruhi perilaku penolakan pada perkembangan teknologi





Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran Penelitian

2.8. Hipotesis Kerja

Ojek konvensional memiliki perilaku penolakan terhadap ojek *online* dikarenakan adanya rasa takut terhadap hal yang tidak diketahui, kebiasaan dan faktor ekonomi

III. METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan adalah deskriptif kualitatif. Istilah penelitian kualitatif menurut Moleong (2007:6) adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah. Pada suatu penelitian deskriptif, tidak menggunakan dan tidak melakukan pengujian, berarti tidak dimaksudkan untuk membangun dan mengembangkan perbendaharaan teori.

Penelitian deskriptif tidak hanya terbatas pada masalah pengumpulan dan penyusunan data, tapi juga meliputi analisis dan interpretasi tentang arti data tersebut. Oleh karena itu, penelitian deskriptif mungkin saja mengambil bentuk penelitian komparatif, yaitu suatu penelitian yang membandingkan satu fenomena atau gejala dengan fenomena atau gejala lain, atau dalam bentuk studi kuantitatif dengan mengadakan klasifikasi, penilaian, menetapkan standar dan hubungan kedudukan satu unsur dengan unsur yang lain. Penelitian deskriptif memiliki karakteristik atau ciri-ciri sebagai berikut:

1. Memusatkan penyelidikan pada pemecahan masalah aktual atau masalah yang dihadapi pada masa sekarang.

2. Data yang telah dikumpulkan disusun dan dijelaskan, kemudian dianalisis dengan menggunakan teknik analitik.
3. Menjelaskan setiap langkah penelitian secara rinci.
4. Menjelaskan prosedur pengumpulan datanya.
5. Memberi alasan yang kuat mengapa peneliti menggunakan teknik tertentu dan bukan teknik lainnya.

Penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat diperoleh dengan menggunakan prosedur statistik atau cara-cara lain dari pengukuran. Penelitian Kualitatif secara umum dapat digunakan untuk penelitian tentang kehidupan masyarakat, sejarah, tingkah laku, fungsionalisasi organisasi, aktivitas sosial dan lain-lain. Menurut Moleong (2007:6) adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan. Pendekatan kualitatif diharapkan mampu menghasilkan uraian yang mendalam tentang ucapan, tulisan, dan atau perilaku yang diamati dari satu individu, kelompok, masyarakat, dan atau organisasi tertentu dan satu setting konteks tertentu yang dikaji dari sudut pandang yang utuh, kompetensi dan holistik. Penelitian kualitatif bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang sifatnya umum terhadap kenyataan sosial yang menjadi fokus penelitian.

3.2. Fokus penelitian

Fokus penelitian adalah pemusatan fokus kepada intisari penelitian yang akan dilakukan. Hal tersebut harus dilakukan dengan cara eksplisit agar kedepannya dapat

meringankan peneliti sebelum turun atau melakukan observasi/pengamatan. Fokus penelitian merupakan garis terbesar dalam jantungnya penelitian mahasiswa, sehingga observasi dan analisa hasil penelitian bakal menjadi lebih terarah. Dalam memastikan fokus penelitian, anda mesti menyertakan syarat-syarat yang merupakan sebagai berikut

1. Logis

Logis disini lebih ditekankan terhadap penelitian yang akan anda lakukan terkait dengan hasil observasi, bahwa rumusan masalah yang ditemukan harus masuk akal dengan latar belakang yang anda temukan melalui hasil observasi.

2. Rasional

Dalam menentukan rancangan penelitian, selain rumusan masalah yang terkait dengan latar belakang masalah, rancangan penelitian juga harus memiliki nilai rasional dalam menentukan tujuan dan teori yang digunakan, sehingga fokus penelitian dapat disesuaikan dengan keterbatasan dan kemampuan peneliti, jadi dapat dikatakan juga bahwa rancangan penelitian harus memiliki fleksibilitas dalam menguraikan masalah dan tujuan, dan penelitian yang akan dilakukan kelak menjadi lebih efisien.

3. Propaganda

Dalam hal ini, sangat tidak etis jika mahasiswa melakukan propaganda terhadap rancangan penelitiannya. karena perlu diketahui bahwa propaganda merupakan suatu tujuan untuk mempengaruhi pendapat dengan memberikan informasi tidak secara obyektif atau hasil pengamatan yang mengada-ngada. Fokus penelitian pada penelitian ini adalah membahas faktor-faktor apa sajakah yang mempengaruhi

perilaku dan juga perubahan perilaku sehingga dapat diketahui perilaku ojek konvensional terhadap keberadaan ojek *Online*.

3.3. Lokasi Penelitian

Menurut Nasution (2010:43) lokasi penelitian menunjukkan pada pengertian tempat atau lokasi sosial penelitian yang dicirikan oleh adanya unsur yaitu pelaku, tempat, dan kegiatan yang dapat diobservasi. Dalam penentuan lokasi peneliti menentukan cara terbaik untuk di tempuh dengan jalan mempertimbangkan teori substansif dan menjajaki lapangan dan mencari kesesuaian dengan kenyataan yang ada dilapangan. Peneliti mengambil lokasi penelitian di pangkalan Ojek Unila dan juga pangkalan ojek di daerah Kimaja Way Halim karna di sana ada beberapa tukang ojek yang berkumpul.

3.4. Objek Penelitian

Pemilihan informan dalam penelitian kualitatif adalah hal yang menjadi bahan pertimbangan utama. Karena, dalam penelitian kualitatif tidak digunakan istilah populasi. Teknik sampling yang digunakan oleh peneliti adalah *purposive sample*. *Purposive sample* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2009:85). Selanjutnya menurut Arikunto (2010:183) pemilihan sampel secara *purposive* pada penelitian ini akan berpedoman pada syarat-syarat yang harus dipenuhi sebagai berikut :

1. Pengambilan sampel harus didasarkan atas ciri-ciri, sifat-sifat atau karakteristik tertentu, yang merupakan ciri-ciri pokok populasi.
2. Subjek yang diambil sebagai sampel benar-benar merupakan subjek yang paling banyak mengandung ciri-ciri yang terdapat pada populasi (*key subjectis*).

3. Penentuan karakteristik populasi dilakukan dengan cermat di dalam studi pendahuluan.

Pemilihan informan hal yang penting dalam mencari informasi yang dibutuhkan mengenai objek yang diteliti. Sehingga peneliti harus cermat dalam menentukan informan. Informan dalam penelitian ini untuk mencari informasi tentang analisis ojek konvensional terhadap keberadaan ojek *online*. Informan dalam penelitian ini yaitu: *driver* dan pengguna ojek *online*.

3.5. Jenis Data

Adapun jenis data yang di gunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif sebagai data yang berbentuk kata-kata atau yang berwujud pernyataan-pernyataan verbal, bukan dalam bentuk angka. Data kualitatif diperoleh melalui berbagai macam teknik pengumpulan data misalnya wawancara, analisis dokumen, diskusi terfokus, atau observasi yang telah dituangkan dalam catatan lapangan (transkrip).

Pengertian data kualitatif adalah data yang berupa tulisan mengenai tingkah laku manusia yang dapat diamati. Data kualitatif itu berbentuk uraian terperinci, kutipan langsung dan dokumentasi kasus. Data ini dikumpulkan sebagai suatu cerita responden, tanpa mencoba mencocokkan suatu gejala dengan kategori baku yang telah ditetapkan sebelumnya, sebagaimana jawaban pertanyaan dalam kuesioner.

Menurut Sutopo dan Arif (2010:1-2), data kualitatif adalah tangkapan atas perkataan subjek penelitian dalam bahasanya sendiri. Pengalaman orang diterangkan secara mendalam, menurut makna kehidupan, pengalaman dan interaksi sosial dari subjek penelitian sendiri. Dengan demikian, peneliti dapat memahami masyarakat menurut

pengertian mereka sendiri. Hal ini berbeda dari penelitian kuantitatif yang membakukan pengalaman responden ke dalam kategori-kategori baku peneliti sendiri.

Data kualitatif bersifat mendalam dan perinci, sehingga data kualitatif bersifat panjang lebar. Akibatnya analisis data kualitatif bersifat spesifik, terutama untuk meringkas data dan menyatukannya dalam suatu alur analisis yang mudah dipahami pihak lain. Sifat data ini berbeda dari data kuantitatif yang relatif lebih sistematis terbakukan dan mudah disajikan dalam format ringkas.

Dalam data kualitatif, sumber data primer adalah responden dan informan. Pengertian Responden adalah sumber data mengenai keragaman dalam gejala-gejala, berkaitan dengan perasaan, kebiasaan, sikap, motif dan persepsi. Pengertian Informan adalah sumber data yang berhubungan dengan pihak ketiga dan data mengenai hal-hal yang melembaga atau gejala umum, (Sutopo dan Arif : 2010).

Data kualitatif disimpan dalam catatan harian. Catatan harian atau catatan lapangan merupakan instrumen utama yang melekat pada beragam teknik pengumpulan data kualitatif. Isi catatan fakta tidak boleh berupa penafsiran pribadi peneliti, akan tetapi fakta-fakta apa adanya dan telah teruji kesahihannya. Peneliti mencatat fakta selengkap dan serinci mungkin. Catatan haruslah berisi hal-hal konkret. Hal-hal yang bersifat abstrak hanya bisa dimasukkan ketika benar-benar dapat dipercaya atau diandalkan. Setiap fakta mewakili peristiwa penting yang akan dimasukkan ke dalam proposisi-proposisi yang nanti hendak disusun, atau sebagai konteks dari suatu kegiatan. Data kualitatif yang penulis dapatkan adalah jawaban dari pertanyaan dengan melakukan

wawancara kepada responden. Wawancara tersebut dilakukan terhadap sampel yang telah ditentukan.

3.6. Sumber Data

1. Data Primer

Pengertian data primer menurut Umi Narimawati (2008;98) dalam bukunya “Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif: Teori dan Aplikasi” bahwa: “Data primer ialah data yang berasal dari sumber asli atau pertama. Data ini tidak tersedia dalam bentuk terkompilasi ataupun dalam bentuk file-file. Data ini harus dicari melalui narasumber atau dalam istilah teknisnya responden, yaitu orang yang kita jadikan objek penelitian atau orang yang kita jadikan sebagai sarana mendapatkan informasi ataupun data.

Menurut Umar (2003 : 56), data primer merupakan data yang diperoleh langsung di lapangan oleh peneliti sebagai obyek penulisan. Metode wawancara mendalam atau *in-depth interview* dipergunakan untuk memperoleh data dengan metode wawancara dengan narasumber yang akan diwawancarai. Wawancara yang akan dilakukan peneliti yaitu dengan pedoman wawancara. Wawancara dengan penggunaan pedoman (*interview guide*) dimaksudkan untuk wawancara yang lebih mendalam dengan memfokuskan pada persoalan-persoalan yang akan diteliti. Pedoman wawancara biasanya tak berisi pertanyaan- pertanyaan yang mendetail, tetapi sekedar garis besar tentang data atau informasi apa yang ingin didapatkan dari narasumber yang nanti dapat disumbangkan dengan memperhatikan perkembangan konteks dan situasi wawancara.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang mengacu pada informasi yang dikumpulkan dari sumber yang telah ada. Sumber data sekunder adalah catatan atau dokumentasi perusahaan, publikasi pemerintah, analisis industri oleh media, situs Web, internet dan seterusnya. Menurut (Sugiono 2009: 402) data sekunder ini merupakan data yang sifatnya mendukung keperluan data primer seperti buku-buku, literatur dan bacaan yang berkaitan dengan pelaksanaan pengawasan kredit pada suatu bank.

3.7. Teknik Pengumpulan Data

Bungin (2003: 42), menjelaskan metode pengumpulan data adalah “dengan cara apa dan bagaimana data yang diperlukan dapat dikumpulkan sehingga hasil akhir penelitian mampu menyajikan informasi yang *valid* dan *reliable*”. Suharsimi Arikunto (2002:136), berpendapat bahwa “metode penelitian adalah berbagai cara yang digunakan peneliti dalam mengumpulkan data penelitiannya”. Cara yang dimaksud adalah wawancara, dan studi dokumentasi. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

1. Metode Wawancara

Wawancara adalah cara menghimpun bahan keterangan yang dilakukan dengan tanya jawab secara lisan secara sepihak berhadapan muka, dan dengan arah serta tujuan yang telah ditetapkan. Sudijono (2005: 82) ada beberapa kelebihan pengumpulan data melalui wawancara, diantaranya pewawancara dapat melakukan kontak langsung dengan peserta yang akan dinilai, data diperoleh secara mendalam, yang diinterview bisa mengungkapkan isi hatinya secara lebih luas, pertanyaan

yang tidak jelas bisa diulang dan diarahkan yang lebih bermakna. Wawancara dilakukan secara mendalam dan tidak terstruktur kepada subjek penelitian dengan pedoman yang telah di buat. Teknik wawancara digunakan untuk mengungkapkan data tentang bentuk partisipasi orang tua siswa, berlangsungnya bentuk partisipasi, manfaat partisipasi orang tua siswa dan faktor yang mempengaruhi partisipasi orang tua siswa dalam pembelajaran.

2. Metode Dokumentasi

Suharsimi Arikunto (2002:206) metode dokumentasi adalah mencari data yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, legger, agenda dan sebagainya. Studi dokumentasi adalah cara pengumpulan data melalui peninggalan tertulis terutama berupa arsip-arsip dan termasuk juga buku mengenai pendapat, dalil yang berhubungan dengan masalah penyelidikan. Dalam penelitian ini, dokumentasi diperoleh saat peneliti mewawancarai narasumber.

3. Observasi

Observasi merupakan teknik pengamatan dan pencatatan sistematis dari fenomena-fenomena yang diselidiki. Teknik ini banyak digunakan, baik dalam penelitian sejarah maupun deskriptif . Observasi merupakan teknik pengumpulan data, dimana peneliti melakukan pengamatan secara langsung ke objek penelitian untuk melihat dari dekat kegiatan yang dilakukan. Adapun jenis-jenis observasi tersebut diantaranya yaitu observasi terstruktur, observasi tak terstruktur, observasi partisipan, dan observasi nonpartisipan. Observasi yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pengamatan terhadap *driver* ojek konvensional setelah munculnya Go-jek.

3.8. Teknik Keabsahan Data

Terkait dengan pemeriksaan data, triangulasi berarti satu teknik pemeriksaan keabsahan data yang dilakukan dengan cara memanfaatkan hal hal data lain untuk pengecekan atau perbandingan data (Moelong, 2001:178). Hal hal lain yang di pakai untuk pengecekan dan perbandingan data itu adalah sumber, metode, peneliti, dan teori. Dalam penelitian kualitatif di kenal empat jenis teknik triangulasi yaitu triangulasi sumber, triangulasi peneliti, triangulasi metode dan triangulasi teoritis. Menurut Moleong (2007:324), terdapat beberapa kriteria yang digunakan untuk memeriksa keabsahan data antara lain:

1. Derajat Kepercayaan (*credibility*)

Penerapan derajat kepercayaan pada dasarnya menggantikan konsep validitas internal dan nonkualitatif. Fungsi derajat kepercayaan yaitu, *Pertama*, penemuannya dapat dicapai; *Kedua*, mempertunjukkan derajat kepercayaan hasil-hasil penemuan dengan jalan pembuktian oleh peneliti pada kenyataan yang sedang diteliti.

2. Triangulasi Metode

Dilakukan dengan cara membandingkan informasi atau data dengan cara yang berbeda. Sebagaimana dikenal, dalam penelitian kualitatif peneliti menggunakan metode wawancara dan observasi. Untuk memperoleh kebenaran informasi yang handal dan gambaran yang utuh mengenai informasi tertentu, peneliti bisa menggunakan metode wawancara bebas dan wawancara terstruktur. Atau, peneliti

menggunakan wawancara dan observasi atau pengamatan untuk mengecek kebenarannya. Selain itu, peneliti juga bisa menggunakan informan yang berbeda untuk mengecek kebenaran informasi tersebut. Melalui berbagai perspektif atau pandangan diharapkan diperoleh hasil yang mendekati kebenaran. Triangulasi berupaya untuk mengecek kebenaran data dan membandingkan dengan data yang diperoleh dengan sumber lain, pada berbagai fase penelitian lapangan, pada waktu yang berlainan dan dengan metode yang berlainan. Adapun triangulasi yang dilakukan dengan beberapa macam teknik pemeriksaan yang memanfaatkan penggunaan sumber data, metode, dan teori. Untuk itu maka peneliti dapat melakukan dengan cara:

1. Mengajukan berbagai macam variasi pertanyaan.
2. Membandingkan data hasil pengamatan (observasi) dengan wawancara.
3. Mengeceknnya dengan berbagai sumber data.
4. Memanfaatkan berbagai metode agar pengecekan kepercayaan data dapat dilakukan.

Berdasarkan hasil triangulasi tersebut maka akan sampai pada salah satu kemungkinan yaitu apakah data yang diperoleh ternyata konsisten, tidak konsisten, atau berlawanan. Maka selanjutnya mengungkapkan gambaran yang lebih memadai mengenai gejala yang diteliti.

1. Kecukupan Referensial

Yaitu mengumpulkan berbagai bahan-bahan, catatan-catatan, atau rekaman-rekaman yang dapat digunakan sebagai referensi dan patokan untuk menguji sewaktu diadakan analisis dan penafsiran data.

2. Keteralihan (*Transferability*)

Keteralihan sebagai persoalan empiris bergantung pada pengamatan antara konteks pengirim dan penerima. Untuk melakukan pengalihan tersebut seorang peneliti perlu mencari dan mengumpulkan data kejadian dalam konteks yang sama.

3. Kebergantungan (*Dependability*)

Kebergantungan merupakan substitusi reliabilitas dalam penelitian nonkualitatif. Dalam penelitian ini, uji kebergantungan dilakukan dengan melakukan pemeriksaan terhadap keseluruhan proses penelitian. Kalau proses penelitiannya tidak dilakukan tetapi datanya ada, maka penelitian tersebut tidak *dependable*. Untuk mengetahui dan memastikan apakah hasil penelitian ini benar atau salah, peneliti selalu mendiskusikannya dengan pembimbing secara bertahap mengenai data-data yang didapat di lapangan mulai dari proses penelitian sampai pada taraf kebenaran data yang didapat.

4. Kepastian (*Confirmability*)

Dalam suatu penelitian uji kepastian mirip dengan uji kebergantungan, sehingga pengujiannya dapat dilakukan secara bersamaan. Menguji kepastian (*confirmability*) berarti menguji hasil penelitian, dikaitkan dengan proses yang dilakukan dalam penelitian. Kepastian yang dimaksud berasal dari konsep objektivitas, sehingga dengan disepakati hasil penelitian tidak lagi subjektif tapi sudah objektif.

3.9 Teknik Analisis Data

Sugiyono (2007:169) Analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Jadi, analisis deskriptif adalah bagian dari statistik yang digunakan untuk menggambarkan atau mendeskripsikan data tanpa bermaksud mengeneralisir atau membuat kesimpulan tapi hanya menjelaskan kelompok data itu saja.

Adapun teknik analisis data deskriptif merupakan teknik analisis yang dipakai untuk menganalisis data dengan mendeskripsikan atau menggambarkan data-data yang sudah dikumpulkan seadanya tanpa ada maksud membuat generalisasi dari hasil penelitian, Sugiyono (2005:21). Mengumpulkan data dan menganalisa data-data penting tentang penelitian yang dilakukan, terutama yang berhubungan dengan laporan data yang diperlukan. Pada bagian analisis data diuraikan proses pelacakan dan pengaturan secara sistematis transkrip-transkrip wawancara, catatan lapangan dan bahan-bahan lain agar peneliti dapat menyajikan temuannya. Analisis ini melibatkan pengerjaan, pengorganisasian, pemecahan dan sintesis data serta pencarian pola, pengungkapan hal yang penting, dan penentuan apa yang dilaporkan. Analisis data merupakan proses dimana data yang telah ada disederhanakan ke dalam bentuk yang lebih mudah lagi untuk dibaca dan diinterpretasikan. Analisis data dengan interpretasi data merupakan upaya untuk memperoleh arti dan makna yang lebih mendalam dan luas terhadap hasil penelitian yang akan dilakukan.

Pembahasan hasil penelitian dilakukan dengan cara meninjau hasil penelitian secara kritis dengan teori yang relevan dan informasi masyarakat yang diperoleh dari penelitian Moloeng (2004:151). Setelah memperoleh data melalui metode wawancara, peneliti mulai mengorganisasikan data – data tersebut dengan mendengarkan hasil rekaman wawancara secara berulang –ulang. Dengan demikian data-data yang diperoleh dapat disesuaikan dengan teori dan permasalahan penelitian yang dilakukan sebelumnya. Analisis deskriptif mengacu pada transformasi dari data-data mentah ke dalam suatu bentuk yang mudah dimengerti dan diterjemahkan.

Pendeskripsian respon atau hasil observasi merupakan ciri khas dari bentuk pertama analisis. Jenis analisis deskriptif yang dapat dilakukan memiliki kaitan yang erat dengan bentuk data atau jenis pengukuran yang dilakukan dalam riset tersebut. Secara ringkas keterkaitan antara tipe analisis deskriptif dengan bentuk-bentuk pengukuran data yang diambil.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan penemuan dilapangan dan hasil pembahasan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut wawancara yang dilakukan peneliti khususnya kepada *driver* ojek konvensional dan ojek *Online* bahwa perilaku yang dihasilkan ojek konvensional terhadap ojek *Online* adalah perilaku penolakan terhadap perubahan. Perubahan sering mengalami penolakan di organisasi dan anggota organisasi. Dari segi positif, penolakan pada perubahan menghindarkan organisasi dari konflik fungsional. Selain itu penolakan juga merangsang terjadinya debat yang sehat dalam menghasilkan keputusan yang baik. Tetapi dari segi negative, penolakan pada perubahan akan membuat organisasi berada pada zona nyaman dan enggan terhadap penyesuaian dan kemajuan jaman. Berikut ini adalah faktor-faktor yang menimbulkan perilaku penolakan terhadap perubahan :

1. Kebiasaan

Faktor ini sangat berpengaruh terhadap perilaku penolakan perubahan yang dilakukan ojek konvensional. Karena rata-rata dari mereka sudah terbiasa dengan hal-hal yang selama ini mereka kerjakan. Jadi, mereka enggan untuk merubah kebiasaan mereka.

2. Rasa takut terhadap hal yang baru

Dalam faktor ini menjelaskan bahwa rasa takut terhadap hal-hal yang mereka tidak ketahui sangat berpengaruh untuk *driver* ojek konvensional. Karena untuk bergabung menjadi *driver* ojek *Online* mereka harus memahami teknologi karena ojek *Online* saat ini sangat mengedepankan dan menggunakan teknologi untuk bekerja. Dalam hal ini beberapa dari *driver* ojek konvensional masih enggan untuk merubah kebiasaan mereka.

3. Faktor ekonomi

Komponen ini sangat berpengaruh karena untuk mereka bergabung dengan ojek *Online* membutuhkan modal seperti harus mempunyai motor diatas tahun 2012, menggunakan *smartphone*. Persyaratan tersebut yang membuat para *driver* ojek konvensional menolak dengan perubahan sehingga mereka masih melakukan kebiasaan lama mereka.

4. Keamanan

Munculnya ojek *Online* membuat para *driver* ojek konvensional merasa tidak nyaman dan khawatir dengan pendapatan mereka. Pasalnya ojek *Online* merusak pasar konsumen mereka sehingga timbul persaingan antara ojek konvensional dengan ojek *Online* yang membuat beberapa dari *driver* pun menolak untuk bergabung dengan mitra ojek *Online*.

5. Pengolahan informasi yang selektif

Faktor pengolahan informasi yang selektif adalah dimana para individu membentuk dunia menurut persepsi mereka asing asing. Faktor ini membuat mereka enggan untuk mengetahui informasi. Faktor ini sangat menggambarkan dari hasil wawancara yang dilakukan peneliti oleh ketiga informan dalam penelitian ini. Namun berbeda dengan informan Amir salah satu *driver* ojek konvensional dia mengatakan bahwa dia mengetahui banyak tentang ojek *online* seperti cara menggunakan aplikasi, dan juga berapa bonus yang kita dapatkan.

6. Tarif yang Sudah Di tentukan

Faktor ini adalah faktor yang diluar dugaan dalam penelitian ini. Faktor ini muncul setelah peneliti mewawancarai informan ojek konvensional. Dan hasilnya terdapat kesamaan jawaban yaitu tarif pembayaran yang sudah di tentukan. Informan dari ojek konvensional merasa dirugikan jika mereka dibayar oleh penumpang mereka dengan tarif yang sudah di tentukan dari aplikasi ojek *online* tersebut. Hal ini dikarenakan mereka sudah terbiasa dengan cara pembayaran tarif jasa di tentukan oleh mereka sendiri.

5.2. Saran

1. Perusahaan ojek *online* seharusnya memberikan sosialisasi dan edukasi kepada para ojek konvensional untuk lebih memahami teknologi yang dihadirkan ojek *online* tersebut. Karena tujuan dari hadirnya ojek *Online* adalah untuk membantu para tukang ojek konvensional untuk lebih mudah dalam bekerja, dan tidak bermaksud

untuk menjadi pesaing baru yang dapat menimbulkan dampak negatif bagi ojek konvensional itu sendiri.

2. Pihak ojek *online* dan Pokbal harus lebih terbuka dan bersikap tenang dalam menyikapi masalah ini, sehingga bisa menyelesaikan masalah ini dengan tidak mengedepankan emosi dan ego serta dapat mencegah konflik ini kembali terjadi karena belum adanya regulasi yang sah dari pemerintah tentang transportasi roda 2 sebagai angkutan umum.
3. Jika konflik ini masih berlanjut pemerintah harus lebih tanggap untuk mencegah konflik agar tidak terulang lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Anindita, Rahmawaty, Arisanty. 2016. Analisis Penerapan Teknologi Komunikasi Tepat Guna Pada Bisnis Transportasi Ojek Online (Studi pada Bisnis Gojek dan Grab Bike dalam Penggunaan Teknologi Komunikasi Tepat Guna untuk Mengembangkan Bisnis Transportasi). *Jurnal Bakrie*.
- Ahmad Subhekti dan Moh. Jauhar, 2013, *Pengantar Teori dan Perilaku Organisasi*, Jakarta : Prestasi Pustaka
- Arikunto. 2010. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur penelitian satu pendekatan dan praktek*. Jakarta: Rineka cipta.
- Arum Darmawati. 2010. Mengelola satu perubahan dalam organisasi. *Jurnal ilmu manajemen vol 3. No 1*.
- Bungin, Burhan. 2003. *Analisis Data Penelitian Kualitatif* . Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- David, Downey. 2002. *Manajemen Agribisnis*. Jakarta: Erlangga
- Engel, Blackwell, Miniard. 2012. *Perilaku Konsumen*. Tangerang: Binarupa Aksara
- Fitriyani Nur Dhea. 2017, 26 Februari. Analisis sharing Economic Go-jek. Di akses tanggal 6 Desember 2017 dari <https://dheanurfitrianti.wordpress.com/2017/02/26/analisis-sharing-economic-gojek/>
- George Jennifer, M. George. 2002. *Understanding and Managing Organizational Behaviour. Fifth Edition*. Upper Saddle River: Pearson Prentice Hall
- Haerani Siti. 2016. Strategi Menghadapi Penolakan Sdm Terhadap Perubahan Organisasi. *Jurnal Vol 2. No,1*.
- Handoyo Seger. 2012. Perbedaan Resistensi Terhadap Perubahan Ditinjau Dari Generasi Kohort Dan Pemenuhan Kontrak Psikologis Pada Karyawan Pt.

Telkom Area Surabaya Metro (Witel Jatim-Suramadu). *Jurnal psikologi industri dan organisasi Vol, 3. No, 1*

Handoko. 2010. *Manajemen personalia & sumber daya manusia, edisi kedua*. BPFE UGM Yogyakarta.

Hanggreni. 2011. *Perilaku Organisasi dan Kepemimpinan Pelayanan*. Cetakan Pertama. Bandung: Penerbit Alfabeta

Husein Umar. (2001). *Metode penelitian dan aplikasi dalam pemasaran*. Jakarta: PT Gramedia pustaka umum.

Husein Umar, 2003, *Metodologi Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Jakarta : PT. Gramedia Pustaka

Kotler, P. & Amstrong, G. (2005). *Dasar-dasar Pemasaran Edisi IX*. Jakarta: PT. Indeks.

Kotler Philip, dan Gary Amstrong 2012. *Principles Of Marketing, Global Edition, 14 Edition*, Pearson Education

Kotler, Philip, (2004), *Manajemen Pemasaran*, PT. Prenhallindo, Jakarta.

Kotler Philip, dan Gary Amstrong 2012. *Principles Of Marketing, Global Edition, 14 Edition*, Pearson Education.

Lacey R, Suh J, Morgan RM (2003). *Differential effects of preferential treatment levels on relationtional outcomer*. J.Serv.Res., 9(3) : 241-256.

Lacey R, (2009). *How do resolve coflict*. J.Serv.Res., 9(3) : 241-256.

Martiman.2014. *Strategi Pemasaran Barang Dan Jasa Perusahaan Melalui Media Iklan*. Jurnal ilmiah Widya. Vol, 2. No,2.

Moleong, Lexy J. 2001. *Metde Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT remaja Rosidakarya

Moleong, Lexy J. 2007. *Metde Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung : PT remaja Rosidakarya.

Mowen, J. Dan Minor, M. 2010. *Perilaku konsumen*. Jakarta: Erlangga

Nasutiom M.N. 2010. *Manajemen mutu terpadu,(Total quality Management)*. Ghalia Indonesia, Jakarta.

- Notoadmodjo, Soekidjo. 2003. *Pengembangan perilaku dan sumber daya manusia*. Jakarta: Rhineka Cipta
- Notoadmodji, Soekidjo. 2005. *Pengantar pendidikan kesehatan dan Ilmu Perilaku Kesehatan*. Jakarta: Rhineka cipta.
- Parwasih Sari. 2016, 07 Mei. *Teori perubahan perilaku*. Di akses tanggal 16 Januari 2018 dari <http://saniparwasih.blogspot.co.id/2016/05/teori-perubahan-perilaku.html>
- Prasetya & Legowo. 2016. Rasionalitas Ojek Konvensional Dalam Mempertahankan Eksistensi Di Tengah Adanya Gojek Di Kota Surabaya. *Jurnal mahasiswa ilmu sosial dan hukum*.
- Purnamasari Hanny. 2016 Perilaku Organisasi Dalam Pelayanan Administrasi Kependudukan (Studi Pelayanan Pembuatan Kartu Keluarga (Kk) Pada Kantor Kecamatan Lemahabang Kabupaten Karawang). *Jurnal Politikom Indonesiana, Vol.1 No.1*,
- Rasyid Herdanto. 2014. Resistance To Change (Studi Deskriptif Pada Perubahan Peraturan Di Pt. Mitra Sentosa Plastik Industri Semarang). *Jurusan Psikologi, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Negeri Semarang, Indonesia*
- Dr. Riduwan, M.B.A., 2010. Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian. Alfabeta, Bandung.
- Rajagukguk Tiur. 2017. Pengaruh Perilaku Organisasi Terhadap Prestasi Karyawan Pada Pt. Perkebunan Nusantara Ii (Persero) Medan. *Jurnal Ilmiah Methonomi Vol. 3 No. 2*
- Rifaldy. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan Transportasi Online Gojek Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Mahasiswa/I Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta. *Epigram Vol. 13 No. 2*
- Rinawati. 2010. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Resistensi Individual Pada Transformasi Organisasi Di Pt Telkom Indonesia Tbk. Bandung. *Jurnal Computech & Bisnis, Vol. 4, No. 2*
- 1.
- Samosir Zumni Zahra. 2005. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa menggunakan perpustakaan USU. *Jurnal Studi perpustakaan dan informasi. Vol, 1. No, 1.*
- Setiawan Handri. 2017, 12 Juni. Tarif Go-jek terbaru 2018. Di akses tanggal 20 Januari 2018 dari <https://www.infoperbankan.com/bisnis/tarif-gojek-terbaru-2017.html>

- Slide share. 2016, 16 Maret. Survei: Go-jek unggul Grab. Di akses tanggal 17 November 2017 dari <http://www.viva.co.id/digital/digilife/748464-survei-gojek-ungguli-grab>.
- Siagian P Sondang. 2008. Manajemen dan sumber daya manusia. Jakarta, bumi aksara.
- Soekanto, Ahmadi. 2009. Sosiologi Suatu Pengantar. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Sugiyono, 2005. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung : Alfabeta,
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2009. *Statistika untuk Penelitian*. P. 115,122. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2012. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: ALFABETA
- Sutopo, Arief, 2010, Terampil Mengolah Data Kualitatif dengan NVIVO, kencana, Jakarta
- Thongka Francisco. 2014. Perilaku Prganisasi. Di akses tanggal 1 Ferbuari 2018 dari <http://kelompok4po.blogspot.co.id/2014/06/nama-kelompok-francisco-nugraha.html>
- Tualika Wahid. 2017. Teori Konflik Sosiologi Klasik dan Modern. *Jurnal Al-Hikmah, Volume, 3 Nomor, 1*.
- Tumengkol Selvi. 2017. Teori Sosiologi Suatu Perspektif Tentang Teori Konflik Dalam Masyarakat Industri. *Jurnal Studi perpustakaan dan informasi. Vol, 1. No, 1*.
- Umi Narimawati. 2008. Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif, Teori dan Aplikasi. Bandung: Agung Media.
- Winardi, 2007, Manajemen Perilaku Organisasi , Edisi Revisi, Jakarta, Kencana Prenada Media Group.
- Yohannie Lingasari. 2015, 6 Juni. Go-jek: Kami tak bersaing dengan ojek pangkalan. Di akses tanggal 7 September 2017 dari <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20150612182517-20-59732/gojek-kami-tak-bersaing-dengan-ojek-pangkalan/>

Yudaningsih Resi. 2011. Peningkatan Efektivitas Kerja Melalui Komitmen, perubahan dan budaya organisasi. Jurnal Pengembangan Humaniora Vol. 11 No. 1

Zumroh Hasana.2010. Makalah Perubahan Perilaku Sebagai Dampak Adanya Promosi Kesehatan. UNAIR Surabaya (<http://zumrohhasanah.wordpress.com/>, Online, diakses tanggal 7 Desember 2017.