

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Baru-baru ini ojek bertransformasi menjadi sebuah ojek profesional yang didukung dengan kecanggihan teknologi dengan lahirnya Go-Jek. Go-Jek merupakan perusahaan jasa yang menawarkan jasa antar-jemput ojek, jasa kurir dan jasa pembeli personal yang berusaha menawarkan faktor kecepatan, keamanan, dan kenyamanan bagi para pelanggannya. Untuk dapat menggunakan layanan jasa Go-Jek, pelanggan dapat melakukan pemesanan melalui aplikasi *mobile* Go-Jek. Aplikasi *mobile* Go-Jek dapat di unduh melalui *Google Play* dan *Apple Store* dengan menggunakan koneksi internet.

Kehadiran Go-jek menjadi salah satu solusi alternatif bagi masyarakat di tengah buruknya sistem transportasi publik. Kondisi ini merupakan realitas di banyak kota besar di Tanah Air. Untuk itu, Go-jek telah menjawabnya dengan kemudahan, kejelasan, dan keramahmatan. Sebagian bahkan menambahkannya dengan label ‘keamanan dan kenyamanan’.(Binus,2015)

Meskipun diakui bahwa aplikasi teknologi Go-jek itu berdampak positif, di dalam perjalanannya memiliki beberapa masalah. Pertama, permasalahan ditolakny kehadiran Go-jek oleh Gojek Pangkalan. Penolakan terhadap Go-jek pada dasarnya bertolak pada kemungkinan berkurangnya pendapatan dari para pengojek pangkalan. Artinya, kekhawatiran ini lebih kepada beralaskan ekonomi semata-mata dengan hadirnya Go-jek sebagai pesaingnya. Bahkan banyak *driver* Go-jek yang menghadapi serangan secara fisik dengan penghadangan ketika

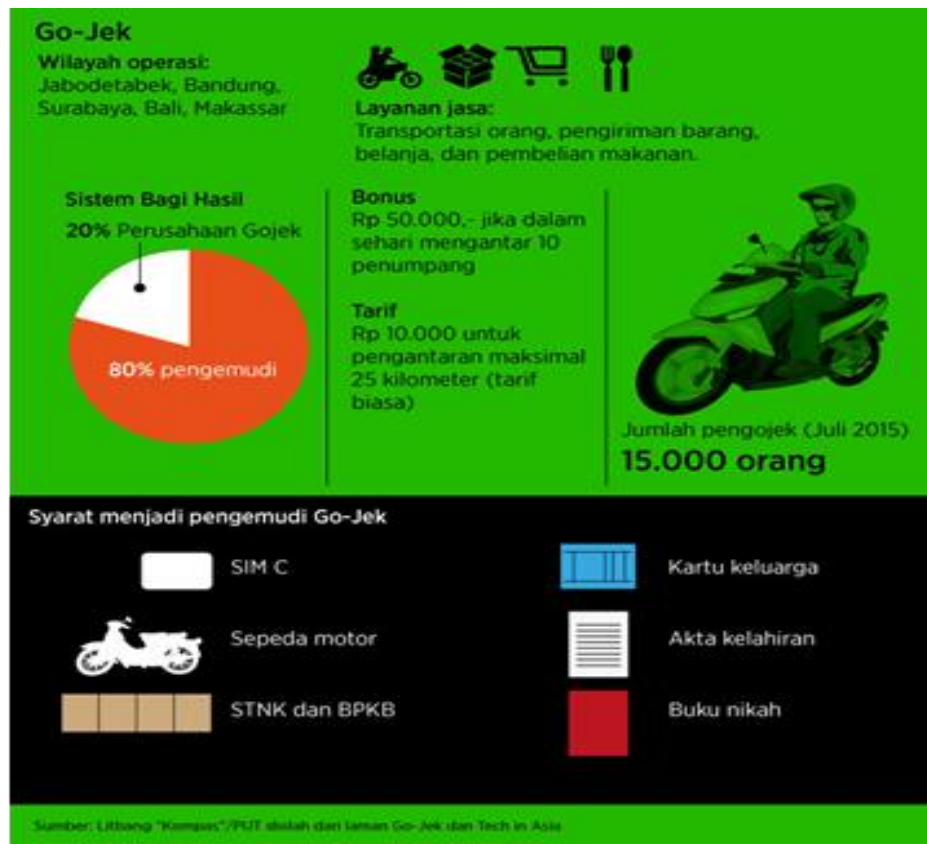
memasuki wilayah tertentu. Di samping itu mulai bermunculan baliho-baliho berisikan penolakan dimasukinya wilayahnya oleh Go-jek. (Binus,2015)

Kedua, masalah regulasi beroperasi Go-jek. Kritik yang banyak ditujukan kepada Go-jek adalah masalah regulasi usaha ojek (bersepeda motor), dengan pertanyaan apakah ojek itu termasuk sebagai angkutan umum atau bukan, dengan menggunakan UU No. 22 Tahun 2009 tentang Lalu Lintas (UULL 2009) dasar hukumnya. UULL 2009 tidak mengatur ketentuan keberadaan hukum ojek sebagai angkutan umum. Ojek dikategorisasikan sebagai kendaraan bermotor dengan roda dua dengan tujuan untuk perseorangan menurut Pasal 47 ayat (2) dan (3). Kendati demikian pasal yang diduga dilanggar oleh aktivitas Go-jek adalah Pasal 137 ayat (1) dan (2) UULL 2009, yang antara menetapkan bahwa kendaraan roda dua atau sepeda motor hanya dapat digunakan untuk angkutan orang dan barang dan tidaklah dapat digunakan sebagai angkutan umum. Dengan tidak termasuknya Go-jek sebagai layanan angkutan umum, maka operasionalnya menjadi illegal. (Binus,2015)

Dengan memperhatikan kedua masalah tersebut, maka terjadi dilema antara kepentingan untuk mematuhi UULL/2009 dan kebutuhan transportasi yang berbasis aplikasi android dan iPhone.

Meskipun menuai beberapa masalah, animo masyarakat untuk menjadi pengemudi ojek berbasis aplikasi Go-Jek cukup besar. Buktinya, sejak dibuka pada tahun 2015 lalu, kantor cabang Go-Jek di Jakarta, setiap hari selalu di penuh pendaftar.bisa dilihat pada Gambar 1.1

Gambar 1. 1
Daftar Pengemudi Go-jek bulan Juli 2015

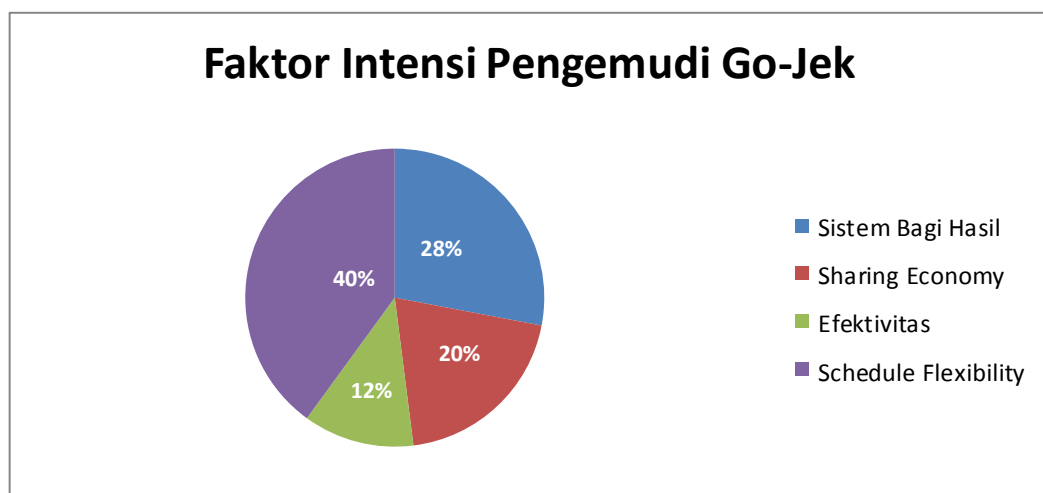


Sumber : go-jek.com (2015)

Menurut Gambar 1.1 hingga tahun 2015 pengemudi gojek sudah mencapai 15.000 orang. Antusiasme masyarakat cukup tinggi. Untuk mendaftar menjadi pengemudi Go-Jek, pelamar hanya perlu menyediakan SIM C, STNK, kartu keluarga, dan kartu tanda penduduk. Mereka kemudian akan diwawancarai, dicek fisiknya, diberi pelatihan, dan dikreditkan ponsel berbasis android. Dari 50 pelamar yang diwawancarai, hampir 90 persen diterima sebagai pengemudi Go-Jek. Mereka kemudian harus memberikan jaminan berupa akte kelahiran, buku nikah, dan ijazah. Mereka yang sudah diterima ditarget harus bisa mendapatkan 20 orderan selama sepekan. (tempo.co/2015)

Dengan tagline ‘*an ojek for every need*,’ Go-jek tampil dengan fasilitas aplikasi android dan iPhone sebagai dasar beroperasinya, sehingga dengan teknologi itu, Go-jek berhasil memudahkan layanan transportasi umum. Melalui smartphone Go-jek dapat diakses dan dipesan di tempat penjemputan dan tempat pengantaran, dan ada tampilan tarif yang harus dibayar untuk layanan ini. Di samping itu layanan Go-jek itu tidak hanya terbatas kepada jasa antar-jemput dengan sepeda motor, tetapi juga merambah kepada kebutuhan antar barang, titip belanja dan bahkan membeli makanan kebutuhan sehari-hari. Inovasi yang demikian ini adalah realitas kehidupan yang tidak dapat ditolak kehadirannya. Hal ini karena Go-jek telah dapat membuka banyak kemudahan yang ditawarkan melalui jasa transportasi modern yang berbasiskan aplikasi teknologi. Terlihat dari jumlah *driver* yang telah dimiliki oleh Go-jek, Go-jek merupakan peluang untuk masyarakat yang ingin meningkatkan taraf hidupnya. (business-law.binus.ac.id/2015)

Tabel 1. 1
Faktor Intensi Pengemudi Go-jek



Sumber : hasil wawancara 30 pengemudi go-jek Jakarta pusat (data diolah, 2017).

Dapat dilihat pada Tabel 1.2 bahwa hasil wawancara peneliti dengan beberapa *driver* Go-jek Jakarta Pusat menyebutkan bahwa faktor-faktor yang mendorong para *driver* untuk mendaftarkan dirinya pada perusahaan Go-jek adalah konsep bisnis *sharing economy* yang memudahkan *driver*, sistem bagi hasil yang menguntungkan *driver*, efektivitas kerja yang memudahkan *driver* dalam mendapatkan order, dan *schedule flexibility* yaitu *driver* juga bisa menjalankan pekerjaan lainnya di samping menjadi *driver* Go-jek.

Go-Jek merupakan salah satu perusahaan yang mengusung konsep bisnis *sharing economy* yang kini hadir di Indonesia. Konsep bisnis *sharing economy* telah berkembang sejak 10 tahun terakhir di beberapa negara Eropa dan Amerika. Salah satu pemicunya adalah munculnya kesadaran akan sumber daya yang kian terbatas, terutama oleh adanya kecenderungan untuk melakukan konsumsi secara berlebihan. Berkat *sharing economy*, penggunaan sumber daya yang ada bisa menjadi lebih irit dan efisien karena sumber daya yang ada dapat dipakai secara bersama. Alhasil, konsep ini juga bisa dikatakan ramah lingkungan.

Sharing economy adalah pertukaran barang dan jasa melalui sebuah platform yang didukung dengan kecanggihan teknologi. Adapun karakteristik dari *sharing economy* ini yaitu desentralisasi pertukaran suatu barang dan jasa yang berbeda dengan yang lain, fokus akses lebih kepada kepemilikan sumber daya, perusahaan menjadi fasilitator pertukaran barang dan jasa, dan mekanisme yang digunakan adalah *self-governance*. (*The Sharing Economy : The End of Employment and The Rise of Crowd-Based Capitalism*, Arun Sundararajan, 2016).

Tabel 1. 2
Contoh Perusahaan dengan Konsep Bisnis *Sharing Economy*
Nama Jenis Layanan Cara Pemesanan Metode Pembayaran

Nama	Jenis Pelayanan	Cara Pemesanan
<i>Uber</i>	<i>Transport (Uber TAXI, UberRush, UberBOAT, UberPOOL, UberX, UberBLACK)</i>	Aplikasi Mobile
<i>Airbnb</i>	<i>Space (place to stay)</i>	Website
<i>Instacart</i>	<i>Logistics</i>	Aplikasi Mobile dan Website
<i>Air Tasker</i>	<i>Service (outsourc task)</i>	Aplikasi Mobile dan Website

Sumber: ipa.org.au/sharing_economy (2014).

Pada Tabel 1.2 diketahui beberapa contoh perusahaan yang menggunakan konsep bisnis *sharing economy*, yaitu: *Uber*, *Airbnb*, *Instacart*, dan *Air Tasker* adalah platform untuk menghubungkan penumpang dan *driver*; *Airbnb* adalah platform untuk menghubungkan dan mengkoordinasikan sewa properti jangka pendek atau jangka panjang, *Instacart* adalah platform untuk menghubungkan konsumen dengan pembeli pribadi yang mengambil dan membelikan bahan makanan dari toko local favorit konsumen, dan *Airtasker* adalah platform yang memfasilitasi pertukaran tugas pelayanan sehari-hari antara kedua individu dan bisnis.

Sejak kemunculan Go-Jek di Indonesia, kini muncul ojek-ojek lain yang berusaha menawarkan faktor kecepatan, keamanan, dan kenyamanan yang didukung oleh kecanggihan teknologi dengan membuat sebuah aplikasi *mobile* seperti Go-Jek. Menurut Wardhana dan Konadi (2015) saat ini terdapat delapan

perusahaan yang menawarkan layanan ojek daring (dalam jaringan) di Indonesia yaitu: Go-Jek, Grabbike, Blu-Jek, Lady-Jek, Ojek Syar'i (Ojesy), Ojek Taksi Berargometer (Jeger), Uber-Jek, dan Top-Jek. Untuk melihat perbedaan diantara masing-masing ojek daring tersebut, dapat dilihat pada Tabel 1.3 berikut:

Tabel 1.3
Ojek Online di Indonesia

Nama	Sebaran Operasional	Layanan	Sistem Bagi Hasil	Metode Pembayaran	Tarif per KM
Go Jek	Jabodetabek, Bandung, Surabaya, Bali, Makassar, Semarang, Yogyakarta	<i>Go-Ride, Go-Mart, Go-Food, Go-Send, Go-Busway, Go-Box, Go-Clean, Go-Glam, Go-Massage</i>	80% <i>driver</i> , 20% perusahaan Go-Jek	Tunai, <i>e-Cash</i> BCA, Go-Jek <i>Credit</i>	15.000 (<i>nonrush hour</i>), 15.000 untuk 6 KM pertama dan 2.500/KM berikutnya (<i>rush hour</i>), 10.000 (layanan lainnya)
Grabbike	Jakarta	Transport	90% <i>driver</i> , 10% perusahaan Grabbike	Tunai dan <i>Cashless Payment</i> (voucher dari Elevation)	10.000 (<i>nonrush hour</i>)
Nama	Sebaran Operasional	Layanan	Sistem Bagi Hasil	Metode Pembayaran	Tarif per KM
Blu Jek	Jabodetabek	<i>Transport, Shopping, Food, Kurir</i>	80% <i>driver</i> , 20% perusahaan Blu-Jek	<i>e-Cash</i> dari Bank Mandiri	20.000 (KM pertama) dan 4.000/KM berikutnya
Lady Jek	Jabodetabek	Transport khusus penumpang wanita	85% <i>driver</i> , 15% perusahaan	Tunai, <i>e-Cash</i> , dan XL Tunai	25.000/ 6 KM pertama dan 4.000/KM berikutnya
Ojesy	Surabaya, Sidoarjo, Malang,	Transport	70% <i>driver</i> , 30%	Tunai	Tarif awal 5.000 dan 2.800/KM

	Jabodetabek, Solo, Yogyakarta, Gresik		perusahaan Ojesy		berikutnya
Jeger	Jabodetabek	<i>Transport dan Kurir</i>	Rahasia	Tunai	Tarif awal 4.800 dan 3.000/KM berikutnya
Uber Jek	Jakarta	<i>Transport dan Kurir</i>	Rahasia	Tunai, Kartu Kredit, Kredit Uber- Jek	Rahasia
Top Jek	Jakarta	<i>Transport dan Kurir</i>	80% <i>driver</i> , 20% perusahaan Top-Jek	Tunai	rahasia

Sumber: Wardhana dan Konadi (2015:217)

Berdasarkan uraian tabel perbandingan di atas, dapat terlihat bahwa Go-Jek memiliki sebaran operasional yang luas dan layanan yang paling lengkap dibandingkan dengan ojek lain. Hal tersebut menunjukkan bahwa Go-Jek lebih unggul dibandingkan dengan pesaingnya.

Menurut Muchtasib (2008), “Bagi hasil merupakan sistem di mana dilakukannya perjanjian atau ikatan bersama di dalam melakukan kegiatan usaha. Di dalam usaha tersebut diperjanjikan adanya pembagian hasil atas keuntungannya yang akan di dapat antara kedua belah pihak atau lebih”.

Gojek menarik bagi masyarakat sistem bagi hasil yang memberikan lebih besar bagian kepada driver yaitu 80% untuk driver dan 20% untuk perusahaan.

Tabel 1. 4
Perbandingan point dan jarak order Go-jek

1. GO-RIDE

DULU	SEKARANG
0 - 6 KM = 1 Poin 6 - 10 KM = 1.5 Poin Lebih dari 10 KM = 2 Poin	0 - 6 KM = 1 Poin 6 - 10 KM = 1.5 Poin 10 - 20 KM = 2 Poin Lebih dari 20 KM = 3 Poin + 1 Poin untuk order pada pukul 23:00 - 05:00 Point maksimum yang bisa Anda dapatkan dari order GO-RIDE adalah 3 Poin/Order

4. GO-SHOP

DULU	SEKARANG
2 Poin/order	0 - 10 KM = 2 Poin Lebih dari 10 KM = 3 Poin + 1 Poin untuk order lebih dari Rp. 200.000 + 1 Poin untuk order pada pukul 23:00 - 05:00 Point maksimum yang bisa Anda dapatkan dari order GO-SHOP adalah 3 Poin/Order

Perhitungan Poin & Bonus Untuk Jabodetabek

2. GO-SEND

DULU	SEKARANG
2 Poin/order	0 - 10 KM = 1.5 Poin 10 - 20 KM = 2.5 Poin Lebih dari 20 KM = 3 Poin + 1 Poin untuk order pada pukul 23:00 - 05:00 Point maksimum yang bisa Anda dapatkan dari order GO-SEND adalah 3 Poin/Order

5. GO-MART

DULU	SEKARANG
2 Poin/order	0 - 10 KM = 2 Poin Lebih dari 10 KM = 3 Poin + 1 Poin untuk order lebih dari Rp. 200.000 + 1 Poin untuk order pada pukul 23:00 - 05:00 Point maksimum yang bisa Anda dapatkan dari order GO-MART adalah 3 Poin/Order

3. GO-FOOD

DULU	SEKARANG
0-8 KM = 2 Poin Lebih dari 8 KM = 3 Poin	0 - 10 KM = 2 Poin Lebih dari 10 KM = 3 Poin + 1 Poin untuk order lebih dari Rp. 200.000 + 1 Poin untuk order pada pukul 23:00 - 05:00 Point maksimum yang bisa Anda dapatkan dari order GO-FOOD adalah 3 Poin/Order

6. GO-MED

DULU	SEKARANG
2 Poin/order	3 Poin/order

Sumber : gojakgojek.com (2016)

Sistem penggajian dan pemberian bonus gojek menggunakan poin, yaitu 10 poin bernilai Rp 15.000, 12 poin bernilai Rp 25.000, 16 poin bernilai Rp 30.000, 18 poin bernilai Rp 40.000. Cara menghitung poin dan bonus adalah jika mendapatkan 10 poin maka bonus harian yang diterima adalah Rp 15.000, jika mendapatkan 12 poin maka bonus harian yang diterima adalah Rp 15.000 + Rp 25.000, jika mendapatkan 16 poin maka bonus harian yang diterima adalah Rp 15.000 + Rp 25.000 + Rp 30.000, jika mendapatkan 18 poin maka bonus harian yang didapatkan adalah Rp 15.000 + Rp 25.000 + Rp 30.000 + Rp 40.000. Dengan demikian batas maksimal bonus yang diperoleh perharinya adalah Rp 110.000. Poin ini didapatkan sesuai dengan jarak tempuh sekali menerima order.

Sumber daya manusia adalah orang yang memberikan tenaga, bakat, kreativitas, dan usaha kepada organisasi (Handoko, 2001, p.233). Sebagai contoh kebutuhan jasmani seorang karyawan adalah sandang, pangan, dan papan, sedangkan kebutuhan rohani seorang karyawan adalah waktu istirahat atau waktu libur untuk berekreasi dengan keluarganya, *training* untuk mendapatkan hal baru (Zainuddin, 2013).

Perusahaan dapat memenuhi kebutuhan karyawan di atas, salah satunya dengan menerapkan *flexitime*. Menurut Carlson *et al.* (2010) fleksibilitas adalah kebijakan formal yang ditetapkan oleh manajemen sumber daya atau pengaturan informal terkait dengan fleksibilitas di suatu perusahaan. Lebih lanjut, Carlson mengartikan *flexitime* sebagai pengaturan kerja secara fleksibel yang berarti pemilihan tempat dan waktu untuk bekerja, baik formal atau informal, yang memfasilitasi karyawan dalam kebijakan berapa lama (*time flexibility*), kapan (*timing flexibility*), dan di mana (*place flexibility*) karyawan bekerja. *flexitime* ini dilakukan karena dapat menciptakan lingkungan kerja yang positif, meningkatkan produktivitas kerja karyawan, meningkatkan kepuasan kerja dan komitmen kerja, mengurangi *overtime*, mengurangi tingkat absensi, mengurangi tingkat stress, mengurangi *turnover* dan menciptakan keseimbangan antara kehidupan pribadi karyawan dan kehidupan pekerjaan karyawan sehingga terjadi *work-life balance*. Dengan memutuskan untuk menjadi driver Gojek maka waktu bekerja tak akan terganggu. Bekerja di pagi hari hingga sore hari maka selepas pulang dari bekerja bisa menyambi menjadi *driver* Gojek. Bisa juga saat berangkat di pagi hari mengambil orderan yang searah dengan kantor atau bekerja setengah hari pada

saat hari libur Sabtu dan Minggu. Hal ini membuat intensi masyarakat untuk menjadi driver Go-jek menjadi tinggi. (www.cermati.com/2015)

Gojek adalah perusahaan penyedia jasa transportasi yang berbasis pada teknologi aplikasi yang memberikan efektivitas tidak hanya bagi pengguna namun juga bagi *driver*.

Perlu diingat bahwa kriteria efektivitas harus menggambarkan seluruh siklus input-proses-output, tidak hanya output saja. Kedua bahwa kriteria efektivitas harus menggambarkan hubungan timbal-balik antara organisasi dan lingkungan yang lebih luas, tempat hidupnya organisasi. Dengan proses seperti itulah, maka level efektivitas pengojek naik secara sangat signifikan. (Syahiruddin, SE,M.si ;ejournal.an.fisip-unmul.ac.id/2016)

Terpenuhinya *sharing economy*, sistem bagi hasil, *flextime*, dan pencapaian efektivitas akan meingkatkan intensi pada pengemudi Go-jek. Menurut Anwar, Bakar, & Harmaini (2005) Intensi merupakan probabilitas atau kemungkinan yang bersifat subjektif, yaitu perkiraan seseorang mengenai seberapa besar kemungkinannya untuk melakukan suatu tindakan tertentu. Artinya, mengukur intensi adalah mengukur kemungkinan seseorang dalam melakukan perilaku tertentu.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk mengangkat judul “Pengaruh Sharing economy, Sistem Bagi Hasil, dan Flextime Terhadap Intensi Pengemudi Go-jek dengan Efektivitas Sebagai Variabel Intervening” (Studi Kasus Pada *Driver* Go-jek Wilayah Jakarta Pusat).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan fenomena dan data diatas, Go-Jek saat ini sudah menjadi solusi kemacetan warga Jakarta. Tetapi di sisi lain, terdapat konflik yang belum bisa diatasi antara pengemudi Go-Jek dan ojek pangkalan. Tetapi masih banyak orang yang mendaftarkan dirinya untuk menjadi pengemudi Go-Jek. Oleh karena itu, masalah penelitian yang bisa dirumuskan untuk mencari solusi atas masalah tersebut adalah:

1. Apakah terdapat pengaruh antara konsep bisnis *sharing economy* terhadap efektivitas pengemudi Go-Jek di area Jakarta ?
2. Apakah terdapat pengaruh antara sistem bagi hasil terhadap efektivitas pengemudi Go-Jek di area Jakarta ?
3. Apakah terdapat pengaruh antara *schedule flexibility* terhadap efektivitas pengemudi Go-Jek di area Jakarta ?
4. Apakah terdapat pengaruh antara efektivitas terhadap intensi pengemudi Go-Jek di area Jakarta ?
5. Apakah terdapat pengaruh antara *sharing economy* terhadap intensi pengemudi Go-Jek di area Jakarta ?
6. Apakah terdapat pengaruh antara sistem bagi hasil terhadap intensi pengemudi Go-Jek di area Jakarta ?
7. Apakah terdapat pengaruh antara *schedule flexibility* terhadap intensi pengemudi Go-Jek di area Jakarta ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis pengaruh antara *sharing economy* terhadap efektivitas pengemudi Go-Jek di area Jakarta.
2. Untuk menganalisis pengaruh antara sistem bagi hasil terhadap efektivitas pengemudi Go-Jek di area Jakarta.
3. Untuk menganalisis pengaruh antara *schedule flexibility* terhadap efektivitas pengemudi Go-Jek di area Jakarta.
4. Untuk menganalisis pengaruh antara efektivitas terhadap intensi pengemudi Go-Jek di area Jakarta.
5. Untuk menganalisis pengaruh antara *sharing economy* terhadap intensi pengemudi Go-Jek di area Jakarta.
6. Untuk menganalisis pengaruh antara sistem bagi hasil terhadap intensi pengemudi Go-Jek di area Jakarta.
7. Untuk menganalisis pengaruh antara *schedule flexibility* terhadap intensi pengemudi Go-Jek di area Jakarta.

1.4 Manfaat Penelitian

Setelah melakukan penelitian, manfaat yang diharapkan bagi peneliti adalah :

1. Bagi Perusahaan

Memberikan kontribusi dengan menunjukkan hasil penelitian tentang analisis faktor intensi pengemudi Go-Jek di area Jakarta dan Memotivasi perusahaan untuk mempertahankan bahkan meningkatkan pelayanan jasa.

2. Bagi Peneliti

Penelitian ini dilaksanakan untuk mempraktekkan ilmu yang telah diajarkan selama kuliah dengan harapan dapat menambah ilmu

pengetahuan dan pengalaman tentang dunia kerja di bidang perilaku konsumen dan manajemen pemasaran, khususnya pengaruh konsep bisnis *sharing economy*, sistem bagi hasil, *schedule flexibility* terhadap Intensi Pengemudi Go-Jek di area Jakarta melalui tingkat efektivitas.

3. Bagi Masyarakat

Masyarakat dapat mengetahui sarana transportasi Go-Jek yang membuka lapangan kerja dengan keuntungan yang diberikan oleh Go-Jek khususnya pada area Jakarta.

1.5 Deskripsi Teori

1.5.1 Sharing Economy

Menurut Botsman (2010), *Sharing economy* atau disebut juga *collaborative consumption* adalah sebuah bentuk model bisnis baru yang didasarkan pada konsep berbagi sumber daya (*shared resources*). Dari kemampuan untuk berbagi inilah membuat konsumen mendapatkan akses terhadap barang atau jasa yang mereka butuhkan. Maka alih-alih harus membeli barangnya para konsumen ini lebih baik mencari layanan *sharing economy* yang ada ketika membutuhkannya.

Menurut Botsman (2010), seorang ahli *collaborative economy*, ada tiga tipe *sharing economy* ini. Tipe pertama adalah *Product Service System* yaitu *sharing economy* yang memungkinkan sebuah bisnis atau perusahaan menawarkan barang sebagai sebuah layanan jasa kepada konsumen. dalam bisnis ini pemilik usaha akan menyewakan barang yang dimiliki secara pribadi kepada perorangan (*peer-to-peer*).

Dari sinilah kemudian membawa pergeseran cara konsumsi masyarakat dari membeli barang ke menyewa atau memanfaatkan tawaran layanan sewa para pengusaha tadi. Pola yang terjadi pada konsumen ini adalah mereka hanya membutuhkan benefit atas sebuah produk tanpa perlu memiliki produk tersebut sama sekali. Contoh dari bisnis tipe *collaborative economy* yang pertama ini adalah Go-jek, Grab Bike dan lain sebagainya.

Tipe kedua dari *collaborative economy* menurut Botsman adalah *Redistribution Market*. tipe kedua ini menyatakan bahwa barang yang telah dimiliki sebelumnya akan dipindahkan dari pihak yang tidak membutuhkan ke tempat yang membutuhkannya.

Dalam kasus ini, barang akan mengalami perpindahan tangan secara cuma-cuma. Contoh dari tipe bisnis yang kedua ini adalah olx.com atau eBay dan toko online lainnya yang memungkinkan publik menjual kembali barang-barang pribadi mereka yang tidak terpakai.

Tipe ketiga adalah *collaborative lifestyle*. Menurut Botsman tipe *collaborative economy* ketiga ini muncul dari kebutuhan atau kegemaran masing-masing individu yang sama untuk bergabung dan saling berbagi atau bertukar aset. Contoh *collaborative economy* tipe ketiga ini adalah individu yang menyewakan ruangan sebagai *co-working space*. Contoh lainnya dengan *scope* yang lebih luas adalah aktivitas penyewaan kamar penginapan secara *peer-to-peer* seperti yang dilakukan oleh AirBnB.

Akhirnya model bisnis berbasis sharing economy ini memang tak bisa lagi dipandang sebelah mata. Selain tak boleh dipandang sebelah mata, *sharing*

economy ini juga tak bisa diprediksi sebagai tren sesaat yang nantinya pada suatu waktu akan lenyap. Hal ini terjadi karena teknologi yang ada akan terus berkembang dan tak akan melemah sehingga makin menguatkan fenomena *sharing economy* ini.

1.5.2 Sistem Bagi Hasil

Bagi hasil merupakan suatu bentuk skema pembiayaan alternatif, yang memiliki karakteristik yang sangat berbeda dibandingkan bunga. Sesuai dengan namanya, skema ini berupa pembagian atas hasil usaha yang dibiayai dengan kredit/pembiayaan. Skema bagi hasil dapat diaplikasikan baik pada pembiayaan langsung maupun pada pembiayaan melalui bank syariah (dalam bentuk pembiayaan mudharabah dan musyarakah). Dalam berkontrak bagi hasil, perlu didesain suatu skema bagi hasil yang optimal, yakni yang secara efisien dapat mendorong entrepreneur (debitur) untuk melakukan upaya terbaiknya dan dapat menekan terjadinya falsifikasi. (Tarsidin. 2010. *Bagi Hasil: Konsep dan Analisis*)

Menurut Muhammad (2005 : 176) “Bagi hasil adalah sistem yang meliputi tata cara pembagian hasil usaha antara penyedia dana dengan pengelola dana. Pembagian hasil usaha ini dapat terjadi antara bank dengan penyimpan dana, maupun antara bank dengan nasabah penerima dana”.

Sedangkan menurut Muchtasib (2008), “Bagi hasil merupakan sistem di mana dilakukannya perjanjian atau ikatan bersama di dalam melakukan kegiatan usaha. Di dalam usaha tersebut diperjanjikan adanya pembagian hasil atas keuntungannya yang akan di dapat antara kedua belah pihak atau lebih”.

Berdasarkan kedua pengertian diatas maka dapat disimpulkan bahwa bagi hasil merupakan perjanjian atau ikatan yang meliputi tata cara pembagian hasil usaha antara penyedia dana dan pengelola dana.

1.5.3 *Flextime*

Menurut Newstrom (1996:481) adalah suatu jadwal kerja dimana karyawan dapat memutuskan kapan mulai bekerja dan kapan mengakhiri pekerjaannya selama karyawan dapat memenuhi jumlah jam kerja yang ditetapkan oleh badan usaha. Bekerja mengandung arti melaksanakan suatu tugas yang diakhiri dengan buah karya yang dapat dinikmati oleh manusia yang bersangkutan. Kondisi kerja dipandang mempunyai peranan yang cukup penting terhadap kenyamanan, ketenangan, dan keamanan kerja. Terciptanya kondisi kerja yang nyaman akan membantu para karyawan untuk bekerja dengan lebih giat sehingga produktivitas dan kepuasan kerja bisa lebih meningkat. Kondisi kerja yang baik merupakan kondisi kerja yang bebas dari gangguan fisik seperti kebisingan, kurangnya penerangan, maupun polusi serta bebas dari gangguan yang bersifat psikologis maupun temporary seperti privasi yang dimiliki karyawan tersebut maupun pengaturan jam kerja.

Menurut et al. (2010) *schedule flexibility/flextime* adalah pengaturan kerja secara fleksibel yang berarti pemilihan tempat dan waktu untuk bekerja, baik formal atau informal, yang memfasilitasi karyawan dalam kebijakan berapa lama (*time flexibility*), kapan (*timing flexibility*), dan di mana (*place flexibility*) karyawan bekerja.

1. *Time flexibility* : fleksibilitas karyawan dalam memodifikasi durasi kerja.

2. *Timing flexibility* : fleksibilitas karyawan dalam memilih jadwal kerjanya.

3. *Place flexibility* : fleksibilitas karyawan dalam memilih tempat kerjanya.

Dalam penelitiannya, Rothausen (1994) mengatakan bahwa terdapat 5 hal yang dapat digunakan dalam melihat *schedule flexibility* di tempat kerja, yaitu :

1. Sejauh mana manajemen mengakomodasi kebutuhan karyawan untuk mengurus keluarganya tanpa konsekuensi negatif.
2. Kesempatan bagi karyawan untuk melakukan pekerjaan dengan baik sekaligus mengurus tugas rumah tangga secara seimbang.
3. Kemudahan untuk mendapatkan libur untuk keperluan keluarga.
4. Kesempatan untuk melakukan pekerjaan paruh waktu tanpa dikenakan sanksi.
5. Besarnya fleksibilitas dalam penjadwalan kerja.

Flexible working hours (FWH) adalah alternatif kondisi kerja yang berkembang sejak tahun 1960-an di Jerman. FWH ini dipilih sebagai terobosan menghadapi tingkat kepadatan jalanan yang semakin hari semakin mirip “tempat parkir masal di jalanan”. “*Rush hour traffic congestion around plants and offices has been reduced*” (Schultz & Schultz, 1990, h. 351).

1.5.4 Efektivitas

Efektivitas memiliki arti berhasil atau tepat guna. Efektif merupakan kata dasar, sementara kata sifat dari efektif adalah efektivitas.

Efektivitas kerja merupakan suatu keadaan tercapainya tujuan yang diharapkan atau dikehendaki melalui penyelesaian pekerjaan sesuai dengan

rencana yang telah ditentukan. Adapun pengertian efektivitas menurut para ahli diantaranya sebagai berikut. menurut Siagian (2007:24) efektivitas adalah pemanfaatan sumber daya, sarana dan prasarana dalam jumlah tertentu yang secara sadar ditetapkan sebelumnya untuk menghasilkan sejumlah barang atas jasa kegiatan yang dijalankan. Efektivitas menurut pengertian di atas mengartikan bahwa indikator efektivitas dalam arti tercapainya sasaran atau tujuan yang telah ditentukan sebelumnya merupakan sebuah pengukuran dimana suatu target telah tercapai sesuai dengan apa yang telah direncanakan.

Menurut Umar (2003:121) efektivitas merupakan harapan yang memberikan gambaran seberapa jauh target dapat dicapai. Sedangkan menurut Hadyaningrat (1989:38) efektivitas adalah kemampuan seseorang atau sekelompok orang yang sedang melaksanakan aktivitas untuk mendapatkan atau melahirkan hasil dari kegiatan itu. Disamping itu Schermerhon (1998:5), mengatakan bahwa efektivitas kerja merupakan suatu ukuran tentang pencapaian suatu tugas dan tujuan.

Menurut pendapat Krech, Cruthfied dan Ballachey dalam bukunya *Individual and Society* (1982) yang dikutip Sudarwan Danim dalam bukunya "Motivasi Kepemimpinan dan Efektivitas Kelompok" (2004) menyebutkan ukuran efektivitas, sebagai berikut:

1. Jumlah hasil yang dapat dikeluarkan, artinya hasil tersebut berupa kuantitas atau bentuk fisik dari organisasi, program atau kegiatan. Hasil dimaksud dapat dilihat dari perbandingan (ratio) antara masukan (input) dengan keluaran (output).

2. Tingkat kepuasan yang diperoleh, artinya ukuran dalam efektivitas ini dapat kuantitatif (berdasarkan pada jumlah atau banyaknya) dan dapat kualitatif (berdasarkan pada mutu).
3. Produk kreatif, artinya penciptaan hubungannya kondisi yang kondusif dengan dunia kerja, yang nantinya dapat menumbuhkan kreativitas dan kemampuan.
4. Intensitas yang akan dicapai, artinya memiliki ketaatan yang tinggi dalam suatu tingkatan intens sesuatu, dimana adanya rasa saling memiliki dengan kadar yang tinggi. (dalam Danim, 2004:119-120)

1.5.5 Intensi

1.5.5.1 Pengertian Intensi

Schiffman dan Kanuk (2007) menyatakan bahwa intensi adalah hal yang berkaitan dengan kecenderungan seseorang untuk melakukan suatu tindakan atau berperilaku tertentu. Chaplin (1999) menyatakan bahwa intensi merupakan suatu usaha untuk mencapai tujuan tertentu. Intensi menurut Corsini (2002) adalah keputusan bertindak dengan cara tertentu, atau dorongan untuk melakukan suatu tindakan, baik itu secara sadar atau tidak sadar. Menurut Sudarsono (1993) menyatakan intensi adalah niat, tujuan, keinginan untuk melakukan sesuatu, mempunyai tujuan.

Horton (1984) mengatakan bahwa intensi terkait dalam 2 hal yang saling berhubungan yaitu, kecenderungan untuk membeli dan rencana dari keputusan membeli. Jadi intensi berhubungan dengan perilaku. Individu melakukan perilaku tersebut, apabila ia benar-benar ingin melakukannya untuk membentuk intensi.

Ajzen (2005), menyatakan bahwa intensi adalah indikasi seberapa kuat keyakinan seseorang akan mencoba suatu perilaku, dan seberapa besar usaha yang akan digunakan untuk melakukan perilaku. Menurut Theory of Planned Behavioral, intensi untuk melakukan suatu perilaku merupakan prediktor paling kuat bagi munculnya perilaku tersebut. Menurut Ajzen (1991) yang menjadi faktor utama dalam theory of planned behavior ini adalah intensi seseorang untuk memunculkan suatu perilaku. Berdasarkan theory of planned behavior, intensi adalah fungsi dari tiga penentu utama, pertama adalah faktor personal dari individu tersebut, kedua bagaimana pengaruh sosial, dan ketiga berkaitan dengan kontrol yang dimiliki individu (Ajzen, 2005).

Berdasarkan uraian diatas, maka intensi adalah suatu keputusan atau keinginan seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu baik secara sadar atau tidak.

1.5.5.2 Aspek-aspek Intensi

Menurut Fishbein dan Ajzen (1975) intensi memiliki empat aspek, yaitu:

1. Sasaran (Target): yaitu sasaran yang ingin dicapai jika menampilkan suatu perilaku.
2. Action: merupakan suatu tindakan yang mengiringi munculnya perilaku.
3. Context: mengacu pada situasi yang akan memunculkan perilaku.
4. Time (waktu): yaitu waktu terjadinya perilaku yang meliputi waktu tertentu, dalam satu periode atau jangka waktu yang tidak terbatas.

1.5.5.3 Faktor- faktor Intensi

Ajzen (2005) mengemukakan intensi merupakan fungsi dari tiga faktor, yaitu:

1. Faktor Personal merupakan sikap individu terhadap perilaku berupa evaluasi positif atau negatif terhadap perilaku yang akan ditampilkan.
2. Faktor sosial diistilahkan dengan kata norma subjektif yang meliputi persepsi individu terhadap tekanan sosial untuk menampilkan atau tidak menampilkan perilaku.
3. Faktor kendali yang disebut *perceived behavioral control* yang merupakan perasaan individu akan mudah atau sulitnya menampilkan perilaku tertentu.

Menurut Ajzen (2005) ketiga faktor yaitu sikap, norma subjektif, dan *perceived behavioral control* dapat memprediksi intensi individu dalam melakukan perilaku tertentu.

1.6 Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan (Sugiyono, 2010: 93).

Hipotesis merupakan “a testable statement” yang didasarkan pada hubungan dua atau lebih variabel dari sebuah kerangka kerja teoritis yang dikembangkan (Ferdinand, 2006). Hipotesis berperan sebagai pedoman pelaksanaan penelitian dan membantu membuat rancangan kesimpulan. Adapaun hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1 : Diduga terdapat pengaruh antara *sharing economy* terhadap efektivitas pengemudi Go-jek di Wilayah Jakarta Pusat.

H2 : Diduga terdapat pengaruh antara sistem bagi hasil terhadap efektivitas pengemudi Go-jek di Wilayah Jakarta Pusat.

H3 : Diduga terdapat pengaruh antara *flexitime* terhadap efektivitas pengemudi Go-jek di Wilayah Jakarta Pusat.

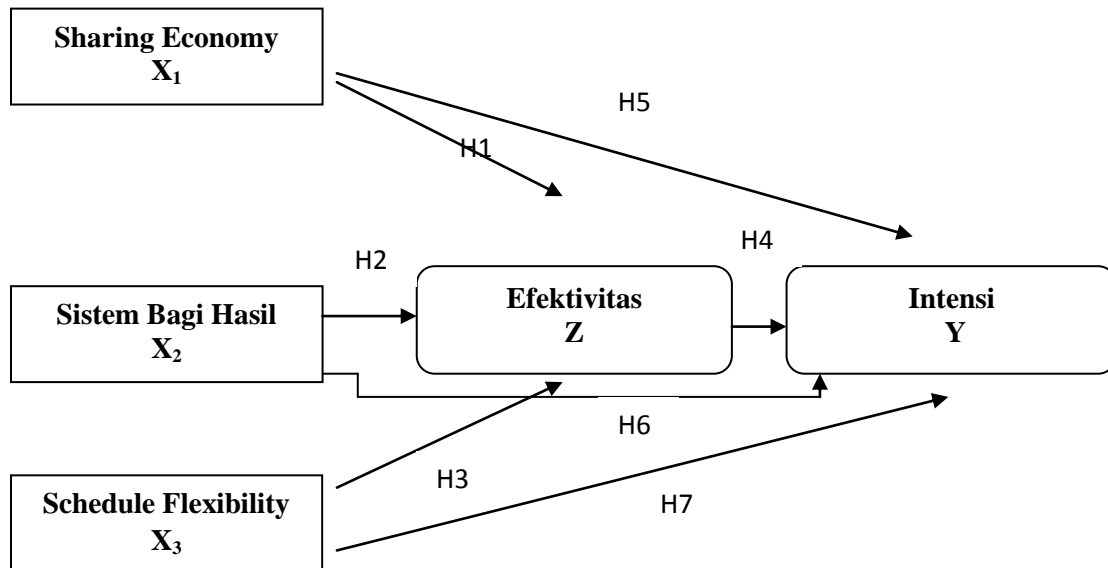
H4 : Diduga terdapat pengaruh antara efektivitas terhadap intensi pengemudi Go-jek di Wilayah Jakarta Pusat.

H5 : Diduga terdapat pengaruh antara *sharing economy* terhadap intensi pengemudi Go-jek di Wilayah Jakarta Pusat.

H6 : Diduga terdapat pengaruh antara sistem bagi hasil terhadap intensi pengemudi Go-jek di Wilayah Jakarta Pusat.

H7 : Diduga terdapat pengaruh antara *flexitime* terhadap intensi pengemudi Go-jek di Wilayah Jakarta Pusat.

Gambar 1. 2
Model Hipotesis



1.6 Definisi Konsep

1. Sharing Economy/Collaborative Consumption

Sharing economy atau disebut juga collaborative consumption adalah sebuah bentuk model bisnis baru yang didasarkan pada konsep berbagi sumber daya (shared resources) yaitu kemudahan dalam penggunaan akomodasi atau transportasi milik pribadi untuk digunakan sebagai armada atau alat yang di daftarkan pada suatu perusahaan jasa.

2. Sistem Bagi Hasil

Bagi hasil adalah perjanjian pembagian hasil atas keuntungan yang akan diperoleh antara kedua belah pihak atau lebih.

3. Flextime

Flextime adalah pengaturan kerja secara fleksibel yang berarti pemilihan tempat dan waktu untuk bekerja, baik formal atau informal.

4. Efektivitas

Efektivitas adalah tingkat keberhasilan yang dicapai dari suatu usaha tertentu sesuai dengan tujuan yang akan dicapai.

5. Intensi

Intensi adalah indikasi seberapa kuat keyakinan seseorang akan mencoba suatu perilaku, dan seberapa besar usaha yang akan digunakan untuk melakukan perilaku.

1.8 Definisi Operasional

Definisi operasional dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Sharing Economy

Sharing economy adalah sebuah bentuk model bisnis baru yang didasarkan pada konsep berbagi sumber daya (shared resources). Berikut ini indikator *sharing economy* :

- a. Kemudahan menggunakan kendaraan sendiri.
- b. Kemudahan proses pendaftaran kendaraan sendiri sebagai armada.
- c. Kemudahan syarat-syarat kendaraan pendaftar.
- d. Kemudahan menggunakan akomodasi/transportasi milik orang lain untuk dijadikan kendaraan umum.

2. Sistem Bagi Hasil

Bagi hasil adalah perjanjian pembagian hasil atas keuntungan yang akan diperoleh antara kedua belah pihak atau lebih. Berikut ini indikator sistem bagi hasil :

- a. Hubungan antara kedua belah pihak.
- b. Kesepakatan yang jelas antara kedua belah pihak.
- c. Prosentase pembagian nisbah antara kedua belah pihak.
- d. Menguntungkan kedua belah pihak
- e. Penyediaan dana yang tepat waktu.

3. Flextime

Flextime adalah pengaturan kerja secara fleksibel yang berarti pemilihan tempat dan waktu untuk bekerja, baik formal atau informal. Berikut ini indikator *flextime* :

- a. kemampuan manajemen mengakomodasi kebutuhan karyawan untuk mengurus keluarganya tanpa konsekuensi negatif.
- b. Kesempatan bagi karyawan untuk melakukan pekerjaan dengan baik sekaligus mengurus tugas rumah tangga secara seimbang.
- c. Kemudahan untuk mendapatkan libur untuk keperluan keluarga.
- d. Kesempatan untuk melakukan pekerjaan paruh waktu tanpa dikenakan sanksi.
- e. Besarnya fleksibilitas dalam penjadwalan kerja.

4. Efektivitas

Efektivitas adalah tingkat keberhasilan yang dicapai dari suatu usaha tertentu sesuai dengan tujuan yang akan dicapai. Berikut ini indikator efektivitas :

- a. Kuantitas kerja
- b. Kualitas kerja
- c. Pemanfaatan waktu
- d. Prestasi Kerja
- e. Kepuasan Kerja

5. Intensi

Intensi adalah indikasi seberapa kuat keyakinan seseorang akan mencoba suatu perilaku, dan seberapa besar usaha yang akan digunakan untuk melakukan perilaku. Berikut indikator Intensi :

- a. Loyalitas
- b. Tidak Beralih Profesi
- c. Tidak Memiliki Pekerjaan Lain
- d. Tanggap Menerima Order
- e. Memenuhi Permintaan Pelanggan

1.9 Metode Penelitian

1.9.1 Tipe Penelitian

Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian *eksploratif research*, yaitu untuk mendapatkan informasi sebanyak-banyaknya dan seluas-luasnya pada objek yang belum begitu banyak diketahui. Penelitian ini

berguna memberikan informasi secara garis besar, atau juga sebagai langkah awal untuk penelitian yang lebih mendalam.

1.9.2 Populasi dan Sampel

1.9.2.1 Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh *driver* Go-jek di daerah Jakarta Pusat. Peneliti tidak berhasil mendapatkan data jumlah *driver* Go-jek di Jakarta Pusat sehingga populasi tidak teridentifikasi.

1.9.2.2 Sampel

Sampel merupakan bagian kecil dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh keseluruhan populasi (Sugiyono, 2011). Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *driver* go-jek yang mempunyai pekerjaan lain dan tidak mempunyai pekerjaan lain sejumlah 100 responden yang dibagi 50 memiliki pekerjaan lain dan 50 tidak memiliki pekerjaan lain. Tujuan peneliti mengambil sampel sejumlah 100 dan dibagi dua kategori yaitu untuk membandingkan penilaian dari kedua kategori tersebut.

1.9.3 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik purposive sampling merupakan metode yang digunakan sebagai metode dalam pengambilan sampel pada penelitian ini, artinya pemilihan sampel didasarkan atas beberapa pertimbangan tertentu yang khususnya disesuaikan dengan tujuan penelitian. Peneliti memilih anggota populasi yang dianggap sesuai dengan kriteria yaitu :

- a. Pengemudi Go-jek wilayah Jakarta Pusat yang mempunyai pekerjaan lain

- b. Pengemudi Go-jek wilayah Jakarta Pusat yang hanya bekerja sebagai pengemudi Go-jek

1.9.4 Jenis dan Sumber Data

1.9.4.1 Jenis Data

Pada umumnya suatu data digolongkan menjadi 2 jenis, yaitu kualitatif (deskriptif) dan kuantitatif (numerik). Dalam penelitian ini digunakan jenis data kuantitatif. Data kuantitatif adalah data berbentuk angka atau bilangan.

1.9.4.2 Sumber Data

1) Data Primer

Data primer dalam penelitian ini diperoleh secara langsung dari responden penelitian yaitu *driver* Go-jek Jakarta Pusat. Adapun yang termasuk dalam data primer adalah identitas responden dan hasil jawaban responden atas kuesioner yang diajukan.

2) Data Sekunder

Data sekunder yang dibutuhkan dalam penelitian ini berupa Daftar ojek daring di Indonesia. Selain itu, digunakan juga referensi dari jurnal, buku, artikel yang diunduh dari internet, dan hasil penelitian sebelumnya.

1.9.5 Skala Pengukuran

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan skala *Likert*. Menurut Sugiyono (Sugiyono, 2010:133), skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang orang tentang fenomena sosial. Dengan skala *Likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pernyataan atau

pertanyaan. Adapun pemberian skor atas jawaban kuesioner diberikan penilaian dengan bobot sebagai berikut:

- | | |
|---|---|
| 1. Jawaban sangat setuju/sangat positif diberi skor | 5 |
| 2. Jawaban setuju/positif diberi skor | 4 |
| 3. Jawaban cukup/netral diberi skor | 3 |
| 4. Jawaban tidak setuju/negatif | 2 |
| 5. Jawaban sangat tidak setuju | 1 |

1.9.6 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini teknik pengumpul data yang digunakan meliputi:

1. Kuesioner (Angket)

Menurut Sugiyono (2010: 199), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab.

2. Wawancara

Menurut Sugiyono (2010: 194), wawancara dengan pengemudi Go-jek digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam. Wawancara dapat dilakukan melalui tatap muka dan tanya jawab langsung antara pengumpul data maupun peneliti terhadap narasumber atau sumber data.

3. Studi Kepustakaan

Yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan menelaah literatur atau buku-buku yang telah ada sebelumnya sehingga akan memberikan suatu data bagi peneliti berupa data sekunder.

1.9.7 Teknik Analisis Data

Dalam memudahkan menjawab permasalahan dalam penelitian ini, maka penulis melakukan analisis data dan pengujian hipotesis yang dipakai untuk mendukung penelitian ini. Analisa yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

Analisis Kuantitatif

Analisis data kuantitatif adalah pengolahan dalam bentuk angka yang perhitungannya menggunakan metode statistik. Data yang telah dikumpulkan diklasifikasi menurut angka-angka pada kategori masing-masing. Kemudian dihitung dengan menggunakan angka-angka pada kategori jawaban tersebut. Perhitungan tersebut menggunakan rumus-rumus sebagai berikut:

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2006:45).

Uji validitas dilakukan dengan membandingkan r hitung yang dapat dilihat pada *corrected item-total correlation* dengan r table. Untuk mencari r tabel yaitu dengan menggunakan *degree of freedom* (df)= $n-2$ dengan tingkat signifikansi 5%. Sedangkan untuk mengetahui skor masing-masing item pertanyaan valid atau tidak, maka ditetapkan kriteria statistik sebagai berikut:

- a) Jika r hitung positif dan r hitung $>$ r table, maka pertanyaan atau indikator tersebut valid.
- b) Jika r hitung $<$ r table, maka pertanyaan atau indikator tersebut tidak valid.

2. Uji Reabilitas

Uji reabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi atau keteraturan hasil pengukuran suatu instrumen penelitian apabila instrumen tersebut digunakan lagi sebagai alat ukur suatu objek atau responden. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal ketika jawaban responden terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2006:45).

Salah satu cara untuk menguji ini adalah dengan melihat nilai *Cronbach Alpha* yang terbentuk. Adapun kaidah pengambilan keputusan untuk mengukur reabilitas adalah:

- a) Jika nilai *Cronbach Alpha* > 0,6 maka variabel tersebut reliabel.
- b) Jika nilai *Cronbach Alpha* < 0,6 maka variabel tersebut tidak reliabel.

3. Koefisien Korelasi

Uji korelasi digunakan untuk mengetahui kuat tidaknya hubungan variabel independen terhadap variabel dependen. Untuk menentukan keeratan hubungan/koefisien korelasi antar variabel perlu disajikan tabel interpretasi korelasi sebagai berikut:

Tabel 1. 5
Pedoman untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,00	Sangat kuat

Sumber: Sugiyono (2010:250)

4. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi ini bertujuan untuk mengetahui presentase variabel dependen (*intensi*) yang dijelaskan oleh variabel independen (*sharing economy*, sistem bagi hasil, efektivitas). Atau seberapa (presentase) besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$KD = (r^2) \times 100\%$$

Keterangan:

KD = Koefisien determinasi

r = Koefisien Korelasi

6. Regresi Linear Sederhana

Regresi linier sederhana berfungsi untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) (Sugiyono, 2013:270)

7. Pengujian Signifikansi/Hipotesis

a. Uji t

Uji t merupakan pengujian secara individual, pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen secara individual berpengaruh atau tidak terhadap variabel dependen. Uji t digunakan untuk menguji hipotesis 1 dan 2. Uji ini dapat dilakukan dengan membandingkan t-hitung dengan t-tabel. Adapun rumus pengujian untuk uji t menurut Sugiyono (2010:250) yaitu sebagai berikut:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

t = hasil t-hitung

r = koefisien korelasi

n = jumlah sampel

(Dengan taraf signifikansi 5% atau 0,05)

Dasar pengambilan keputusannya yaitu dengan membandingkan t-tabel dengan t-hitung sebagai berikut:

- $H_0 : \beta \leq 0$, apabila t hitung \leq t tabel maka H_0 diterima dan H_a ditolak, maka tidak ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen secara individu
- $H_a : \beta > 0$, apabila t hitung $>$ t tabel maka H_0 ditolak dan H_a diterima, maka ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen secara individu

b. Uji F

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Rumus untuk Uji F menurut Sugiyono (2010:257), yaitu:

$$F_h = \frac{R^2 / k}{(1 - R^2) / (n - k - 1)}$$

Keterangan:

F_h = F-hitung

R = Koefisien korelasi ganda

k = Jumlah variabel independen

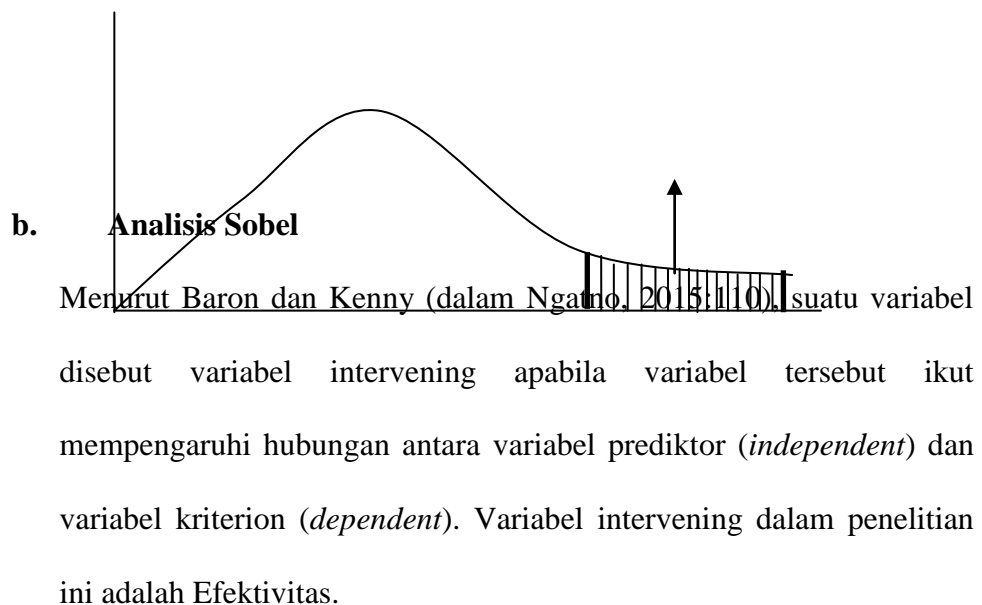
n = Jumlah anggota sampel

(Dengan taraf signifikansi 5% atau 0,05)

Dasar pengambilan keputusannya yaitu dengan membandingkan F-tabel dengan F-hitung sebagai berikut:

- $H_0 : \beta_1, \beta_2 \leq 0$, apabila F hitung \leq F tabel maka H_0 diterima dan H_a ditolak, maka tidak ada pengaruh antara variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen.
- $H_a : \beta_1, \beta_2 > 0$, apabila F hitung $>$ F tabel maka H_0 ditolak dan H_a diterima, maka ada pengaruh pengaruh antara variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

Gambar 1. 3
Kurva Uji F



Pengujian hipotesis intervening dapat dilakukan dengan menggunakan Uji Sobel (*Sobel Test*). Menurut Putra (2013:58), Uji Sobel dilakukan dengan cara menguji kekuatan pengaruh tidak langsung variabel independen (X) ke variabel dependen (Y) melalui variabel intervening (Z). Pengaruh tidak langsung X ke Y melalui Z dihitung dengan cara mengalikan jalur $X \rightarrow Z$ (a) dengan jalur $Z \rightarrow Y$ (b) atau ab . Jadi koefisien $ab = (c - c')$, dimana c adalah pengaruh X terhadap Y tanpa mengontrol Z, sedangkan c' adalah koefisien pengaruh X terhadap Y setelah mengontrol Z.

Standard *error* koefisien a dan b ditulis dengan S_a dan S_b , besarnya standard *error* pengaruh tidak langsung (*indirect effect*) ditunjukkan oleh S_{ab} yang dapat dihitung dengan menggunakan rumus :

$$S_{ab} = \sqrt{b^2 S_a^2 + a^2 S_b^2 + S_a^2 S_b^2}$$

Keterangan:

S_{ab} : Standar *error* pengaruh tidak langsung

a : Koefisien regresi tidak terstandar yang menggambarkan pengaruh X terhadap Z

b : Koefisien regresi tidak terstandar yang menggambarkan pengaruh Z terhadap Y, dengan melibatkan X

S_a : Standar *error* dari koefisien a

S_b : Standar *error* dari koefisien b

Nilai t dari koefisien ab digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh tidak langsung. Nilai t dari koefisien ab dapat dihitung dengan rumus.

$$t = \frac{ab}{S_{ab}}$$

Nilai t hitung tersebut selanjutnya dibandingkan dengan t tabel, apabila t hitung lebih besar dari t tabel maka dapat disimpulkan bahwa terjadi pengaruh mediasi. Variabel mediasi pada skripsi ini adalah Efektivitas (Z) untuk mengetahui apakah variabel mediasi ini memberikan pengaruh atau tidak terhadap variabel Independen (Y).