

ANALISIS PERBEDAAN PENGELUARAN KONSUMSI PENGEMUDI OJEK ONLINE GRABSEBELUM DAN SESUDAH MENJADI PENGEMUDI OJEK ONLINE DI KOTA MANADO

Wiranda Ch Takahindangen¹ Debby Ch Rotinsulu² Richard L H Tumilaar³

¹²³*Jurusan Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*

Universitas Sam Ratulangi, Manado 95115, Indonesia

Email: Wirandatakahindangen061@student.unsrat.ac.id

ABSTRAK

Konsumsi merupakan kebutuhan setiap manusia yang tak terpisahkan dari kegiatan ekonomi yang dilakukan setiap masyarakat karena tanpa melakukan suatu konsumsi khususnya dalam hal memenuhi kebutuhan tubuh dengan makanan dan minuman maka setiap manusia tidak dapat bertahan hidup. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana perbedaan pengeluaran konsumsi pengemudi Ojek Online Grab sebelum dan sesudah menjadi pengemudi Ojek Online. Data yang digunakan adalah Metode penelitian menggunakan data primer. Menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif dan menggunakan pengujian hipotesis Analisis Deskriptif, Uji Normalitas *Kolmogorov-Smirnov* dan Uji Beda Sampel Berpasangan (*Paired sample t-test*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat signifikan hasil pengujian hipotesis adalah sebesar 0,000. Nilai signifikan tersebut ternyata lebih kecil dari tingkat α untuk menguji hipotesis sebesar 0,05 ($\alpha = 0,05$) atau $0,001 < 0,05$, dengan demikian H_0 di tolak dan H_a diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan rata-rata antara pengeluaran konsumsi sebelum dan sesudah menjadi Pengemudi Ojek Online Grab. Hal ini berarti bahwa sesudah menjadi pengemudi Ojek Online Grab memberikan pengaruh terhadap pengeluaran konsumsi pengemudi Ojek Online di Kota Manado.

Kata Kunci: Konsumsi, Pengeluaran Konsumsi, Ojek Online, *Paired Sample T-Test*.

1. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Konsumsi merupakan kebutuhan setiap manusia yang ada di muka bumi ini, karena tanpa melakukan suatu konsumsi khususnya dalam hal memenuhi kebutuhan tubuh dengan makanan dan minuman maka setiap manusia tidak dapat bertahan hidup. Konsumsi merupakan bagian yang tak terpisahkan dari kegiatan ekonomi yang dilakukan setiap masyarakat bukan hanya untuk memenuhi kebutuhan hidup tetapi juga untuk kesenangan, harga diri dan kepuasan baik secara berangsur-angsur maupun sekaligus.

Konsumsi memiliki pengertian yang lebih luas yaitu seluruh pembelian barang dan jasa akhir yang sudah siap dikonsumsi oleh rumah tangga untuk memenuhi kebutuhan (Eachern, 2001:490). Konsumsi rumah tangga dibedakan atas konsumsi makanan maupun bukan makanan tanpa memperhatikan asal barang dan terbatas pada pengeluaran untuk kebutuhan rumah tangga saja, tidak termasuk konsumsi/pengeluaran untuk keperluan usaha atau yang diberikan kepada pihak lain. (bps.go.id).

Nicholas Kaldor mengemukakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi pengeluaran konsumsi adalah pendapatan, selera, faktor sosial budaya, kekayaan, utang pemerintah, *capital gain*, tingkat suku bunga, tingkat harga, kredit, *money illusion*, distribusi, umur, letak geografis, dan distribusi pendapatan (Nanga, 2001). Senada juga dengan pendapat yang dikemukakan oleh Keynes yang menyebutkan faktor pendapatan memiliki pengaruh langsung terhadap konsumsi, semakin tinggi pendapatan maka semakin tinggi konsumsi (Mankiw, 2003).

Hadirnya kecanggihan dan kemudahan teknologi juga dapat mengubah pola konsumsi masyarakat salah satu contohnya adalah munculnya perusahaan berbasis digital yaitu Grab di Indonesia, yang bergerak di bidang transportasi dan teknologi informasi dengan menggunakan media Aplikasi Online. Mudahnya seseorang dalam mengakses Aplikasi ini di dalam *smartphone* tanpa disadari dapat menambah konsumsi setiap orang, baik tujuannya untuk menggunakan jasa transportasi, membeli makanan dan minuman, mengantar barang, belanja barang yang diminta, dan masih banyak lagi. Dengan adanya perusahaan transportasi online Grab di Indonesia dapat memberikan dampak yang positif, salah satunya adalah membuka lapangan pekerjaan yang besar bagi masyarakat yang ada di daerah tersebut, dengan dibukanya lapangan pekerjaan yang baru masyarakat dapat memiliki sebuah pekerjaan dan ketika masyarakat memiliki sebuah pekerjaan maka akan mendapatkan pendapatan dan dari pendapatan inilah dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan konsumsi untuk dirinya sendiri maupun keluarganya.

Sebuah riset menyatakan bahwa *gig economy* yang didukung Grab memberi dampak nyata bagi ketahanan ekonomi Indonesia. Istilah *gig economy* atau *gig employment* adalah pekerjaan yang dilakukan satu kali, dimana pekerja diberi tugas tertentu dalam periode waktu yang sudah ditentukan. (Abraham, Katharine G., et.al. *Measuring the Gig Economy: Current Knowledge and Open Issues*, March 2017). Istilah *Gig* sendiri adalah istilah yang muncul di saat era digital sekarang ini. Riset yang dilakukan oleh *Center for Strategic and International Studies* (CSIS) dan Tenggara *Strategics* pada Januari 2020 itu menyebut Grab menawarkan peluang ekonomi yang lebih baik bagi pekerja informal di 12 kota, serta meningkatkan pertumbuhan bisnis kecil dan menciptakan lapangan pekerjaan di luar platform Grab. Seiring pertumbuhan bisnis mitra merchant GrabFood dan agen GrabKios, mereka menyerap tenaga kerja dari komunitas terdekat. Secara keseluruhan, *gig work* dari Grab memberi kontribusi sebesar Rp77,4 triliun bagi ekonomi Indonesia pada 2019, meningkat 58 persen dari Rp48,9 triliun pada 2018.

Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui Perbedaan Pengeluaran Konsumsi Sebelum Dan Sesudah Menjadi Pengemudi Ojek Online Grab di Kota Manado.

Tinjauan Pustaka

Pengertian Konsumsi

Konsumsi dapat diartikan sebagai bagian pendapatan rumah tangga yang digunakan untuk membiayai pembelian aneka jasa dan kebutuhan lain. Besarnya konsumsi selalu berubah-ubah sesuai dengan naik turunnya pendapatan, apabila pendapatan meningkat maka konsumsi akan meningkat. Sebaliknya, apabila pendapatan turun maka konsumsi akan turun (Partadireja, 1990) Perilaku masyarakat membelanjakan sebagian dari pendapatan untuk membeli sesuatu disebut pengeluaran konsumsi. Konsumsi merupakan fungsi dari pendapatan siap pakai (disposable income). Dengan kata lain, fungsi konsumsi menunjukkan hubungan antara tingkat pengeluaran konsumsi dengan tingkat pendapatan yang siap dibelanjakan (Prasetyo, 2011). Menurut Gregory Mankiw (2007), pengertian konsumsi adalah pembelanjaan barang dan jasa oleh rumah tangga. Yang dimaksud dengan barang adalah barang rumah tangga yang sifatnya tahan lama meliputi, perlengkapan, kendaraan, dan barang yang tidak tahan lama, contohnya makanan dan pakaian. Pembelanjaan jasa yang dimaksud adalah barang yang tidak berwujud konkrit, contohnya pendidikan.

Begitu juga dengan Suherman dalam bukunya *Pengantar Teori Ekonomi* (2000) Konsumsi adalah penggunaan barang dan jasa yang secara langsung akan memenuhi kebutuhan manusia. Konsumsi atau pengeluaran konsumsi pribadi adalah pengeluaran oleh rumah tangga atas barang dan jasa. Konsumsi merupakan pembelanjaan barang dan jasa oleh rumah tangga. Barang tersebut meliputi pembelanjaan rumah tangga pada barang yang tahan lama, misalnya meja, kursi, motor, dan lainnya. Sedangkan pembelanjaan jasa meliputi barang tak berwujud, seperti layanan kesehatan, laundry, dan lainnya. Menurut Wiliam (2002:311), mengatakan bahwa konsumsi secara umum adalah sebagai penggunaan barang-barang dan jasa yang secara langsung akan memenuhi kebutuhan manusia. Konsumsi sebagai pembelanjaan yang dilakukan oleh seseorang atas barang dan jasa dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan dari orang yang melakukan pekerjaan tersebut.

Fungsi Konsumsi

Keynes menekankan bahwa bagi suatu perekonomian tingkat pengeluaran konsumsi oleh rumah tangga bervariasi secara langsung dengan tingkat pendapatan disposable dari rumah tangga tersebut. Hubungan antara konsumsi dan pendapatan ini dikenal dengan fungsi konsumsi dan secara umum ditulis dengan persamaan sebagai berikut (Nanga, 2001).

$$Y = a + b Y_d \quad (a > 0, 0 < b < 1) \dots\dots\dots$$

Persamaan 1.1

C dan Y_d merupakan pengubah yang masing-masing menunjukkan konsumsi dan pendapatan riil. Parameter a menunjukkan besarnya pengeluaran konsumsi otonom yaitu pengeluaran yang bergantung pada tingkat pendapatan, tetapi di pengaruhi oleh faktor-faktor diluar pendapatan, seperti ekspektasi ekonomi dari konsumen, ketersediaan dan syarat-syarat kredit dan standar hidup yang diharapkan. Sementara parameter b menggambarkan kecenderungan mengkonsumsi marjinal, yang merupakan perbandingan antara perubahan dalam konsumsi dengan perubahan dalam pendapatan atau $b = MPC = \Delta C / \Delta Y_d$, serta memiliki nilai antara 0 dan 1.

Persamaan 1.1. menyiratkan bahwa pada tingkat pendapatan yang rendah, konsumsi akan melebihi pendapatan, sedangkan tingkat pendapatan yang tinggi, konsumsi lebih kecil dari pada pendapatan. Hal ini sejalan dengan hukum psikologis yang mendasar tentang konsumsi dari Keynes yang mengatakan bahwa apabila pendapatan naik, maka konsumsi juga akan naik tapi dengan jumlah yang kecil.

Fungsi konsumsi yang berbentuk linier seperti ditunjukkan oleh persamaan 1.1. diatas dan memiliki implikasi sebagai berikut :

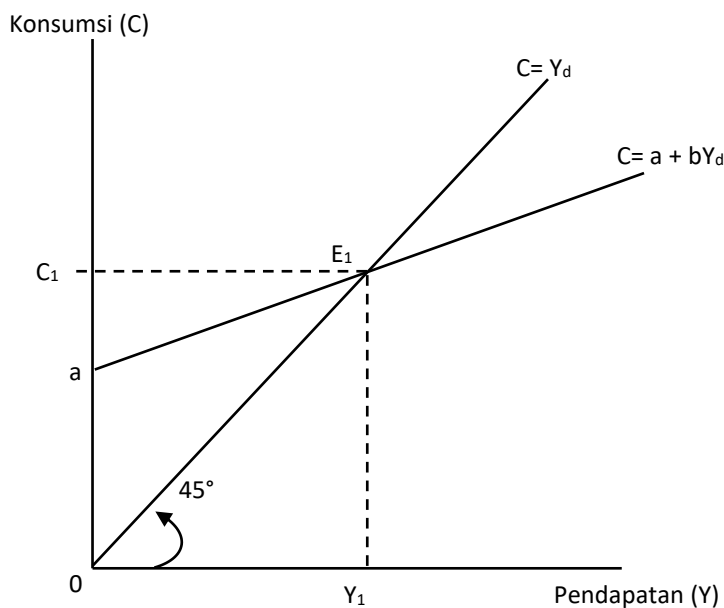
1. Kecenderungan mengkonsumsi marjinal (MPC) adalah konstan selama rentan tingkat pendapatan relevan.
2. Kecenderungan mengkonsumsi rata-rata (APC) adalah lebih besar daripada kecenderungan mengkonsumsi marjinal (MPC).
3. Kecenderungan mengkonsumsi rata-rata (APC) akan semakin kecil kalau tingkat pendapatan mengalami kenaikan.

Fungsi konsumsi dikenal sebagai kecenderungan mengkonsumsi rata-rata (Average Propensity to Consume atau APC) yaitu perbandingan antara besarnya konsumsi total dengan pendapatan (C/Y_d), atau dari persamaan 1.1. besarnya $APC = C/Y_d = a/ Y_d + b$ atau $APC = a/ Y_d + MPC$. Fungsi konsumsi pada persamaan 1.1. dapat dijelaskan dengan gambar 2.1:

Fungsi konsumsi dikenal sebagai kecenderungan mengkonsumsi rata-rata (Average Propensity to Consume atau APC) yaitu perbandingan antara besarnya konsumsi total dengan pendapatan (C/Y_d), atau dari persamaan 1.1. besarnya $APC = C/Y_d = a/ Y_d + b$ atau $APC = a/ Y_d + MPC$. Fungsi konsumsi pada persamaan 1.1. dapat dijelaskan dengan gambar 2.1:

Gambar 1 Fungsi Konsumsi

Sumber: Nanga, 2001



Pada gambar 2.1 keseimbangan terjadi pada saat fungsi C memotong garis 45° yaitu di titik Eo. Dengan kata lain, pada titik E1 tersebut besarnya $C = Y (C1 = Y1)$.

Pola Konsumsi

Pola konsumsi berasal dari kata Pola dan Konsumsi. Pola adalah bentuk (struktur) yang tetap, sedangkan konsumsi adalah pengeluaran yang dilakukan oleh individu/kelompok dalam rangka pemakaian barang dan jasa hasil produksi untuk memenuhi kebutuhan. Jadi, pola konsumsi adalah bentuk (struktur) pengeluaran individu/kelompok dalam rangka pemakaian barang dan jasa hasil produksi guna memenuhi kebutuhan. Samuelson dan Nordhaus (2004) menjelaskan keteraturan pola konsumsi secara umum yang dilakukan oleh rumah tangga atau keluarga. Keluarga-keluarga miskin membelanjakan pendapatan mereka terutama untuk memenuhi kebutuhan hidup berupa makanan dan perumahan. Setelah pendapatan meningkat, pengeluaran makan menjadi naik sehingga makanan menjadi bervariasi.

Menurut Dumairy (2006) dalam Ruslan (2014:10), menyatakan bahwa pola konsumsi dapat dikenali berdasarkan alokasi penggunaannya. Untuk keperluan analisis, secara garis besar alokasi pengeluaran konsumsi digolongkan dalam dua kelompok penggunaan, yaitu pengeluaran makanan dan pengeluaran nonmakanan. Perbandingan besar pengeluaran perkapita penduduk kota terhadap penduduk pedesaan cenderung konstan tahun demi tahun. Pengeluaran rata-rata orang kota hampir selalu dua kali lipat pengeluaran orang desa. Perbandingan pola pengeluarannya juga demikian. Alokasi pengeluaran untuk makanan dikalangan orang desa lebih besar dibandingkan kalangan orang kota.

Teknologi

Menurut Naisbit (2002) mengutip pemahaman tentang teknologi dari *Random House Dictionary*, yang mengatakan bahwa teknologi adalah obyek serta benda-benda, serta bahan dan bentuk juga berbeda dari manusia biasa. Arti teknologi menurut Saliman pada tahun 1993, yaitu menyatakan bahwa teknologi adalah sesuatu ilmu pengetahuan dan pengembangan industri. Teknologi adalah suatu bentuk proses yang meningkatkan nilai tambah. Proses yang berjalan dapat menggunakan atau menghasilkan produk tertentu, di mana produk yang tidak terpisah dari produk lain yang sudah ada. Hal itu juga menyatakan bahwa teknologi merupakan bagian integral dari yang terkandung dalam sistem tertentu (Miarso: 2007).

Transportasi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) **transportasi**/trans·por·ta·si/ **n1** pengangkutan barang oleh berbagai jenis kendaraan sesuai dengan kemajuan teknologi; **2** perihal (seluk- beluk) transpor; **3** pemindahan bahan lepas hasil pelapukan dan erosi oleh air, angin, dan es. Jadi pengertian transportasi secara sederhana adalah mengangkut atau membawa ke sebelah lain atau dari suatu tempat ke tempat lain. Dengan demikian, transportasi dapat diartikan sebagai usaha mengangkut atau membawa barang dan atau penumpang dari suatu tempat ketempat lain. (Rustian Kamaluddin 2003,13). Pengertian transportasi yang dikemukakan oleh Nasution (1996:50) diartikan sebagai pemindahan barang dan manusia dari tempat asal ke tempat tujuan. Sehingga dengan kegiatan tersebut maka terdapat tiga hal yaitu adanya muatan yang diangkut, tersedianya kendaraan sebagai alat angkut, dan terdapatnya jalan yang dapat dilalui.

Ojek Online

Pengertian transportasi online adalah pelayanan jasa transportasi yang berbasis internet dalam setiap kegiatan transaksinya, mulai dari pemesanan, pemantauan jalur, pembayaran dan penilaian terhadap pelayanan jasa itu sendiri. Begitu pula dengan pengertian Ojek Online itu sendiri dimana Ojek yang kita ketahui yaitu kendaraan roda dua atau sepeda motor yang berada di sebuah tempat tertentu atau juga tempat dimana mereka sama-sama menunggu pelanggan atau disebut juga dengan pangkalan yang kemudian mengantar penumpang dari satu tempat ke tempat yang lain dan dibayar secara tunai. Namun dengan era teknologi saat ini maka lahirlah perusahaan digital dengan berbasis online yang menjadikan Ojek yang biasanya hanya menunggu penumpang di pangkalan sekarang bisa mendapatkan penumpang dimana saja kapan saja dengan menggunakan jaringan nirkabel atau dengan sistem *online*. Pelanggan atau calon penumpang pun dapat dengan mudah memesan ojek hanya dengan sebuah media yaitu dengan *smartphone* dan memesandimana saja dengan adanya internet dan tersedianya layanan ojek online di tempat tersebut.

Penelitian Terdahulu

Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Muhammad Hakiki (2019) (a) bahwa secara parsial pendapatan sebelum dan sesudah menjadi *driver* Go-Jek memiliki pengaruh yang signifikan terhadap konsumsi sebelum dan sesudah menjadi *driver* Go-Jek di Kecamatan Tawang Kabupaten Tasikmalaya. (b) Pengaruh pendapatan terhadap pengeluaran konsumsi

sebelum menjadi *driver* Go-Jek memiliki nilai sebesar 62.30%. Sedangkan sisanya 37,70% itu dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Demikian juga pengaruh pengeluaran konsumsi dan pendapatan setelah menjadi *driver* Go-Jek memiliki nilai sebesar 40%. Sedangkan sisanya 60% itu dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Model Penelitian

Kerangka Konseptual Penelitian



Gambar 2 Kerangka Pemikiran

Sumber: Kajian Teori, 2020

Hipotesis

H0 : Diduga tidak adanya perbedaan pengeluaran konsumsi sebelum dan sesudah menjadi pengemudi Ojek Online Grab

Ha : Diduga adanya perbedaan pengeluaran konsumsi sebelum dan sesudah menjadi pengemudi Ojek Online Grab

2. METODE PENELITIAN

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dengan sumber data langsung dari para Pengemudi Ojek Online Grab di Kota Manado. Instrumen atau alat yang digunakan dalam pengambilan data adalah berupa kuesioner secara online dengan menggunakan sarana *Google Form* yang dibagikan melalui media sosial (secara individu/grup Facebook dan Grup Whatsapp komunitas pengemudi ojek online Grab) dan diisi oleh responden pengemudi Ojek Online Grab sesuai dengan keadaan yang sebenarnya, daftar pertanyaan yang diajukan melalui kuesioner ini berisi tentang acuan indikator-indikator yang telah ditetapkan kepada para pengemudi Ojek Online.

Metode Analisis

Teknik yang dipakai untuk menganalisis data penelitian ini adalah statistik deskripsi dengan uji beda (*T-test*). Uji normalitas data dilakukan dengan menggunakan *One Sample Kolmogorov Smirnov* dengan ketentuan apabila nilai signifikan diatas 0,05 maka data terdistribusi normal. Uji Statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat rata-rata (*mean*, standar deviasi, maksimum dan minimum). Menggunakan uji t yang berpasangan (*Paired Sample T-test*).

3. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil

Uji Normalitas Data

One Sample Kolmogorov Smirnov

Dasar pengambilan keputusan dalam Uji Normalitas K-S:

- 1) Jika nilai signifikansi (Sig.) lebih besar dari 0,05 maka data penelitian berdistribusi normal .
- 2) Sebaliknya, jika nilai signifikansi (Sig.) lebih kecil dari 0,05 maka data penelitian tidak berdistribusi normal.

Tabel 1. Hasil Uji Kolmogorov Smirnov

		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	539660.63056983
Most Extreme Differences	Absolute	.124
	Positive	.124
	Negative	-.075
Test Statistic		.124
Asymp. Sig. (2-tailed)		.052 ^c

a. Test distribution is Normal.

Sumber: Olah data SPSS

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Diketahui bahwa nilai signifikansi Asymp.Sig (2-tailed) sebesar 0,052. Maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas kolmogorov-smirnov di atas, dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal. Dengan demikian, asumsi atau persyaratan normalitas sudah terpenuhi.

Uji Statistik Deskriptif

Tabel 2. Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Sebelum	50	850,000	3,945,000	2,072,960.00	746,675.809
Sesudah	50				
Valid N (listwise)	50	1,100,000	4,640,000	2,618,490.00	898,066.503

Sumber: Olah Data SPSS 22, 2021

Berdasarkan tabel 2 diketahui bahwa nilai N atau jumlah data yang akan diteliti adalah berjumlah 50 sampel untuk pengemudi Ojek Online Grab. Pada tabel statistik deskriptif didapati nilai rata-rata sebelum menjadi pengemudi Ojek Online sebesar Rp. 2,072,960.00 dengan nilai maksimum Rp. 3,945,000 dan nilai minimum Rp. 850,000. Sedangkan data sesudah menjadi

pengemudi Ojek Online Grab didapatkan rata-rata sebesar Rp. 2,618,490.00 dengan nilai maksimum Rp. 4,640,000 dan nilai minimum Rp. 1,100,000.

Uji Beda

Pengujian ini menggunakan uji dua sisi dengan tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$. Tingkat signifikansi dalam hal ini berarti kita mengambil resiko salah dalam mengambil keputusan untuk menolak hipotesis yang benar sebanyak-banyaknya 5% (signifikansi 5% atau 0,05 adalah ukuran standar yang sering digunakan dalam penelitian). Patokan untuk menilai uji t adalah sebagai berikut.

- jika sig: $p > 0,05$ maka tidak ada perbedaan.
- jika sig: $p < 0,05$ maka ada perbedaan pada taraf sig 5%
- jika sig: $p < 0,01$ maka ada perbedaan pada taraf sig 1%

Tabel 3. Correlations

	N	Correlation	Sig.
Pair 1 Sebelum & Sesudah	50	.691	.000

Sumber: Olah Data SPSS 22, 2021

Berdasarkan hasil uji beda dengan menggunakan metode “t sampel berpasangan” menunjukkan bahwa korelasi antara pengeluaran konsumsi sebelum dan sesudah menjadi pengemudi Ojek Online Grab menghasilkan angka 0,691 dengan nilai probabilitas (Sig.) sebesar 0,00. Oleh karena nilai sig 0,00 lebih kecil dari nilai α untuk menguji hipotesis sebesar 0,05 atau $0,00 < 0,05$, maka dapat dikatakan bahwa terdapat hubungan antara pengeluaran konsumsi sebelum dan sesudah menjadi pengemudi Ojek Online Grab secara signifikan atau sangat kuat.

Tabel 4. Paired Samples Test

	Paired Differences					t	df	Sig. (2-tailed)
	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference				
				Lower	Upper			
Pair 1 Sebelum - Sesudah	-545,530.00	661,197.680	93,507.473	733,440.301	357,619.699	-5.834	49	.000

Sumber: Olah Data SPSS 22, 2021

Maka hasil Uji Beda dengan menggunakan metode “t sampel berpasangan” menunjukkan bahwa tingkat signifikan hasil pengujian hipotesis adalah sebesar 0,000. Nilai signifikan tersebut ternyata lebih kecil dari tingkat α untuk menguji hipotesis sebesar 0,05 ($\alpha=0,05$) atau $0,001 < 0,05$, dengan demikian H_0 di tolak dan H_a diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan rata-rata antara pengeluaran konsumsi sebelum dan sesudah menjadi Pengemudi Ojek Online Grab. Hal ini berarti bahwa sesudah menjadi pengemudi Ojek Online Grab memberikan pengaruh terhadap pengeluaran konsumsi pengemudi ojek online di Kota Manado. Pengaruhnya tersebut juga dapat dilihat pada perbedaan antara nilai rata-rata pengeluaran konsumsi sebelum menjadi pengemudi ojek online grab sebesar 2,072,960.00 dan nilai rata-rata pengeluaran konsumsi sesudah menjadi pengemudi Ojek Online Grab sebesar 2,618,490.00 dengan selisih pengeluaran konsumsi sebelum dan

sesudah menjadi Pengemudi Ojek Online Grab sebesar 545,530,00, dimana pengeluaran konsumsi sesudah menjadi pengemudi Ojek Online Grab lebih besar dari pengeluaran konsumsi sebelum menjadi pengemudi Ojek Online Grab.

Pembahasan

Konsumsi tak bisa jauh dengan namanya pendapatan dan konsumsi tidak bisa lepas dari keseharian manusia, karena tanpa melakukan suatu konsumsi manusia tidak akan bisa bertahan hidup. Hal itu juga akhirnya membuat manusia semakin bekerja keras untuk dapat memenuhi kebutuhan, bahkan sampai keinginannya dengan terus bekerja dan bisa dikatakan dengan istilah gila kerja. Namun, bagaimana jika keadaan yang ada saat ini tidak dapat menunjang seseorang untuk melakukan suatu konsumsi karena tidak adanya lapangan pekerjaan yang menyebabkan tidak adanya pendapatan dan daya beli. Akan tetapi dimana ada pergerakan dan pertumbuhan teknologi yang semakin maju membuat banyak sekali perubahan, salah satunya adalah perkembangan terhadap transportasi yang semakin mewah dan canggih, sehingga melahirkan perusahaan rintisan atau dikenal juga dengan *startup* yang bergerak di bidang transportasi secara online menggunakan sebuah aplikasi sebagai medianya. Saat ini penggunaannya yang begitu mudah dimana aplikasi transportasi online itu terhubung di perangkat telpon genggam atau *smartphone* kita, jadi kita bisa mengaksesnya dimanapun dan kapanpun kita berada selama ada jaringan internet di tempat kita berada.

Perusahaan transportasi online digital ini dikenal dengan nama Grab, adalah perusahaan transportasi online berbasis digital pertama di Asia Tenggara yang meraih pencapaian *decacorn*. Dengan hadirnya Grab di Indonesia dan di Kota Manado tentu memberikan dampak yang sangat besar di era yang serba instan ini bagi penggunanya maupun mitranya, meskipun tak lepas dari dampak negatif yaitu penolakan dari kalangan tukang ojek/ojek pangkalan dan supir angkutan umum, namun seiringnya waktu berjalan setiap kalangan masyarakat pun dapat menerima dan bahkan berpartisipasi dengan mendaftar sebagai pengemudi, hal ini juga sangat baik karena seseorang yang sebelumnya bekerja sebagai ojek pangkalan dan seseorang yang dahulunya tidak mempunyai pekerjaan atau tidak bekerja akhirnya bisa mendapatkan pekerjaan, dengan begitu bisa mendapatkan penghasilan serta mempunyai daya beli untuk dapat melakukan suatu konsumsi. Banyak juga yang berhenti dari pekerjaan mereka sebelumnya dan memutuskan untuk beralih profesi sebagai pengemudi Ojek Online Grab karena alasan pendapatannya yang cukup banyak dan waktu kerja yang sangat flexibel. Bagaimanapun usaha dan kerja keras merupakan hal yang utama jika ingin mendapatkan hasil yang besar juga.

4. PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan pembahasan yang dilakukan menggunakan Uji statistik dan survey, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat perbedaan pola konsumsi pengemudi Ojek Online Grab sebelum dan sesudah menjadi pengemudi Ojek Online di Kota Manado.

Saran

1. Dengan adanya perusahaan transportasi Grab ini yang membantu mendapatkan penghasilan, kiranya pengemudi dapat bekerja dengan tetap mengikuti aturan yang ada dan bekerja dengan maksimal dan bersaing untuk memberikan pelayanan yang terbaik bagi pengguna agar pengguna bisa memberikan penilaian yang baik dan juga mendapatkan rasa nyaman dan aman saat menggunakan moda transportasi ini.

2. Untuk perusahaan transportasi online diharapkan tetap memberikan pelayanan yang terbaik kepada mitra dengan memberikan insentif bonus ataupun *event* yang dapat memacu kinerja para mitra dan kepada pengguna agar tetap memberikan promo atau diskon yang terbaik agar pengguna tetap eksis dan setia menggunakan layanan transportasi ini dan tidak kalah bersaing dengan perusahaan-perusahaan transportasi lainnya.
3. Untuk akademisi sebagai bahan studi untuk penelitian-penelitian selanjutnya yang berkaitan.
4. Bagi masyarakat umum penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran tentang pentingnya penggunaan transportasi umum sebagai solusi untuk dapat mengurangi tingkat kemacetan serta mendorong roda perekonomian dapat berlanjar dengan lancar.

DAFTAR PUSTAKA

- Bungin, B. (2012). *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Hakiki, I. M. (2019). Analisis Pola Konsumsi Sebelum Dan Sesudah Menjadi Driver Go-Jek.
- Kamaluddin. (2003). *Ekonomi Transportasi*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Mankiw, G. N. (2007). *Macroeconomics Edisi Keenam*. Jakarta: Erlangga.
- Miarso, Y. (2007). *Menyemai Benih Teknologi Pendidikan*. Jakarta: Kencana.
- Muana, N. (2001). *Makro Ekonomi, Teori, Masalah dan Kebijakan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Nasution. (1996). *Manajemen Transportasi*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Partadiredja, A. (1990). *Pengantar Ekonomika*. Yogyakarta: BPFE.
- Prasetyo, E. (2011). *Fundamental Ekonomi*. Yogyakarta: Back Offset.
- Rosyidi, S. (2000). *Pengantar Teori Ekonomi Pendekatan Kepada Teori Ekonomi Mikro dan Makro*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Saliman, S. (1993). *Kamus Pendidikan dan Pengajaran Umum*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Samuelson, P. A., & Nordhaus, W. D. (2004). *Ilmu Makroekonomi*. Jakarta: Media Global Edukasi.
- Watung, M. (2020). Analisis Perbandingan Pendapatan Ojek Konvensional Dan Ojek Online Di Kota.
- William. (2002). *Pengantar Ilmu Ekonomi, (Terjemahan Winardi)*. Bandung.
- William, E. M. (2001). *Ekonomi Mikro Pendekatan Kontemporer Edisi Pertama*. Jakarta: Salemba Empat.