

ANALISIS TINGKAT EFEKTIFITAS DAN EFISIENSI PENGAMBILAN ORDER OJEK MOTOR BERBASIS APLIKASI PADA PT. GOJEK INDONESIA DAN OJEK KONVENSIONAL DI SURABAYA

Lukmanul Hakim
Rika Yuliantanti
STIE Mahardhika Surabaya

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar tingkat efektifitas penggunaan aplikasi internet mobile terhadap job order PT Gojek dan Ojek Konvensional, Seberapa besar tingkat efisiensi penggunaan aplikasi internet mobile terhadap job order PT Gojek dan Ojek Konvensional dan pengaruh penggunaan aplikasi internet mobile terhadap pendapatan pengemudi PT Gojek dan Ojek Konvensional. Jenis penelitian ini adalah penelitian survey dengan pendekatan kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah pengemudi PT Gojek sebanyak 30 responden, dan pengemudi Ojek Konvensional sebanyak 30 responden yang berada di terminal Bungurasih Surabaya. Metode pengambilan sampelnya adalah *purposive sampling*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa rata-rata efektifitas dan efisiensi pengemudi PT Gojek online dan ojek konvensional adalah berbeda. Driver Gojek fulltime mempunyai tingkat pendapatan rata-rata lebih tinggi dari lainnya yakni sebesar 2,591.1228. sedangkan untuk Gojek partime adalah sebesar 1,325.5311, dan Ojek Konvensional sebesar 1,981.2144, jadi dapat disimpulkan bahwa pendapatan pengemudi Gojek lebih tinggi daripada ojek Konvensional. Dengan catatan, pengemudi PT Gojek melakukan pekerjaan secara Fulltime.

Keyword : Efektifitas, Efisiensi, Aplikasi Internet Mobile, Pendapatan, Gojek, Ojek Konvensional

PENDAHULUAN

Perusahaan jasa khususnya perusahaan jasa transportasi adalah salah satu yang juga harus bersaing dalam persaingan yang semakin lama semakin pesat perkembangannya guna mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Perusahaan jasa transportasi adalah perusahaan yang berbeda dengan perusahaan jasa lainnya. Hal ini disebabkan adanya karakteristik yang khas yaitu terletak pada sistem pencatatan keuangan yang umumnya terkadang kurang dari satu periode akuntansi atau kurang dari satu tahun. Dilain pihak, perusahaan harus menyediakan informasi mengenai posisi keuangan yang dibutuhkan oleh perusahaan itu sendiri atau oleh pihak-pihak yang berkepentingan dalam kurun waktu satu tahun atau satu periode akuntansi. Disamping itu, pencatatan keuangan ini berfungsi sebagai

pengambilan kebijakan perusahaan. Hal ini mengingat, perusahaan jasa transportasi berhubungan erat dengan pihak yang terlibat didalamnya, yang tentunya membutuhkan sistem yang berbeda dari perusahaan manufaktur.

PT. Gojek Indonesia merupakan sebuah perusahaan yang menggunakan aplikasi internet dalam pelaksanaan bisnisnya, dimana penerapannya dalam bidang jasa transportasi yang kegiatan utamanya adalah menyediakan layanan aplikasi teknologi bagi pelaku usaha moda transportasi roda dua dan berbagai mitra bisnisnya. Dalam hal ini, pelaku perusahaan roda dua adalah mitra bisnis bagi PT. Gojek Indonesia. Aplikasi teknologi dalam bisnis PT. Gojek sangat mendominasi kegiatan bisnisnya. Hal ini karena dalam setiap transaksi keuangan, selalu melibatkan aplikasi mobile Internet, mulai dari sistem order,

pembayaran, serta pembagian keuntungan.

Munculnya aplikasi GO-JEK tersebut adalah karena pertumbuhan populasi penduduk di perkotaan yang sangat tinggi, yang tidak diikuti oleh sarana transportasi yang memadai. Sehingga hal ini memunculkan moda jasa transportasi berbasis aplikasi semisal GO-JEK. Hingga saat ini, layanan aplikasi GO-JEK sudah bisa dinikmati di beberapa kota besar di Indonesia, diantaranya adalah Jakarta, Surabaya, Makassar, Bali, Yogyakarta, Semarang dan Bandung.

Sistem pemasaran yang digunakan adalah melalui sistem pemasaran Online. Sistem pemasaran online adalah pemasaran yang dilakukan melalui internet, dan membutuhkan koneksi internet untuk bisa mengaksesnya. Pemasaran online atau yang sering diketahui dengan nama cyber marketing memiliki tujuan dan fungsi yang hampir sama dengan pemasaran konvensional. Kegiatan ini tidak jauh beda dengan kegiatan bisnis konvensional, namun dalam bisnis online dibutuhkan media dan saluran-saluran yang mendukung terjadinya transaksi online. Masyarakat yang memiliki aktifitas yang tinggi, tidak perlu harus pergi mendatangi pusat perdagangan, atau mendatangi penjualnya, untuk berbelanja memilih produk ke mall, butik, ataupun toko. Konsumen juga akan dimudahkan untuk mencari informasi dan membeli produk berupa barang ataupun jasa yang mereka butuhkan, bahkan produk-produk yang memang langka untuk ditemukan di pasar konvensional.

Industri internet di Indonesia terus bertumbuh dan semakin massive penetrasinya. Perkembangan ini diikuti dengan penggunaan social media yang cenderung tinggi, aplikasi mobile internet, yang cukup digemari, dan lainnya. Tingginya sambutan dan penggunaan masyarakat di Indonesia menjadipendukung utama berkembangnya teknologi ini dengan sangat cepat. Melihat potensi akan pasar

internet di Indonesia, Daily Social (DS) baru saja mengeluarkan laporannya seputar kondisi pasar internet di Indonesia hingga akhir tahun lalu. Penelitian ini bertujuan untuk analisis tingkat efektifitas dan efisiensi pengambilan orderojek motor berbasis aplikasi pada PT. GOJEK INDONESIA dan ojek konvensional di Surabaya

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Efektivitas

Efektivitas dalam pengertiannya secara umum adalah : “kemampuan berdaya guna dalam melaksanakan sesuatu pekerjaan sehingga menghasilkan hasil guna (efisien) yang maksimal”. Tujuan dari efektifitas sendiri adalah kemudahan dalam proses memperoleh hasil yang diinginkan.

Kata Efektivitas sendiri berasal dari bahasa Inggris, yaitu *Effective* yang berarti berhasil, tepat atau manjur. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) definisi efektifitas adalah sesuatu yang memiliki pengaruh atau akibat yang ditimbulkan, manjur, membawa hasil dan merupakan keberhasilan dari suatu usaha atau tindakan. Jadi efektifitas berarti ketercapaian atau keberhasilan suatu tujuan sesuai dengan rencana dan kebutuhan yang diperlukan, baik dalam penggunaan data, sarana maupun waktunya (Agung Wicaksono, 2015)

Menurut Ravianto dalam Masruri (2014), pengertian efektifitas adalah seberapa baik pekerjaan yang dilakukan, sejauh mana orang menghasilkan keluaran sesuai dengan yang diharapkan. Ini berarti bahwa apabila suatu pekerjaan dapat diselesaikan dengan perencanaan, baik dalam waktu, biaya maupun mutunya, maka dapat dikatakan efektif.

Menurut Subagyo dalam Budiani (2009) efektifitas adalah kesesuaian antara output dengan tujuan yang ditetapkan. Efektifitas adalah suatu keadaan yang terjadi karena dikehendaki. Menurut Richard Steer, efektifitas harus dinilai atas dasar

tujuan yang bisa dilaksanakan, bukan atas dasar konsep tujuan yang maksimum.

Dari beberapa pendapat di atas maka dapat disimpulkan bahwa pengertian tentang efektivitas adalah serangkaian tugas-tugas yang dilakukan orang-orang untuk mencapai sasaran dan tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya dalam suatu organisasi.

Pengertian Efisiensi

Kata efisien berasal dari bahasa latin *efficere* yang berarti menghasilkan, mengadakan, menjadikan. Pengertian efisiensi menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia), pengertian efisiensi adalah ketepatan cara (usaha, kerja) dalam menjalankan sesuatu (dengan tidak membuang waktu, tenaga, biaya). Jika efektifitas adalah memudahkan dalam proses menuju hasil, maka efisiensi adalah cara yang tepat dalam memperoleh hasil maksimal.

Deddi dan ayuningtyas (2010: 161) mendefinisikan, bahwa efisiensi adalah hubungan antara barang dan jasa yang dihasilkan sebuah kegiatan atau aktifitas dengan sumber daya yang digunakan. Suatu organisasi, kegiatan atau program dikatakan efisien apabila mampu menghasilkan output tertentu dengan input serendah-rendahnya, atau dengan input tertentu mampu menghasilkan output sebesar-besarnya (*spending well*).

Efisiensi menurut Iswardono dalam Siti Komariah (2010:101), efisiensi didefinisikan sebagai perbandingan antara keluaran (output) dengan masukan (input), atau jumlah yang dihasilkan dari satu input yang dipergunakan.

Menurut Muliaman Hadad dkk dalam Maharani (2012:11), efisiensi merupakan salah satu parameter kinerja yang secara teoritis mendasari seluruh kinerja sebuah organisasi. Kemampuan menghasilkan output yang maksimal dengan input yang ada, adalah merupakan ukuran kinerja yang diharapkan.

Efisiensi berkaitan dengan pencapaian output. Sedangkan output diakibatkan dari input. Dengan demikian efisiensi adalah perbandingan terbaik antara hasil output yang diperoleh dan kegiatan yang dilakukan serta sumber-sumber atau input yang dipergunakan dalam sumber-sumber tersebut tercakup tenaga kerja, biaya, material, alat-alat kerja, waktu dan sebagainya.

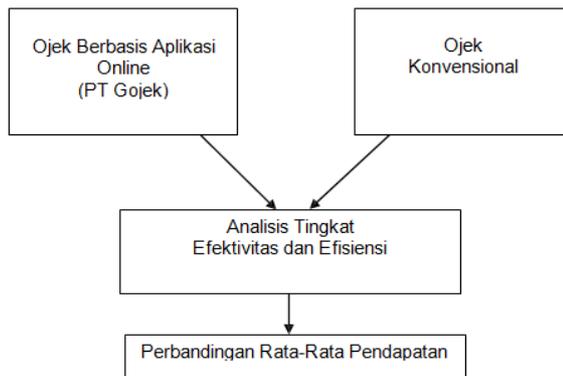
Konsep efisiensi merupakan konsep yang mendasar dan lahir dari konsep ekonomi. Meskipun demikian, konsep mengenai efisiensi dapat didefinisikan dari berbagai sudut pandang dan latar belakang. Pada umumnya, efisiensi dapat diarahkan kepada sebuah konsep tentang pencapaian suatu hasil dengan penggunaan sumber daya secara optimal. Efisiensi dibahasakan "*Efficient is doing the things right*", yang berarti bahwa melakukan segala hal dengan cara yang tepat untuk mendapatkan hasil yang optimal (Karim dalam Suryadi 2011:7)

Kerangka Konseptual dan Hipotesis

Potensi penggunaan Internet sebagai basis promosi dan pelayanan, menciptakan peluang yang sangat bagus dalam bisnis apapun. Tidak terkecuali dalam bisnis transportasi tradisional, yang di kenal dengan nama Ojek. Jika selama ini ojek konvensional mengandalkan kedatangan konsumen, dan transaksi tawar menawar dengan konsumennya, maka PT Gojek Indonesia secara cepat menangkap peluang itu, dengan menawarkan sebuah aplikasi praktis, yang mempertemukan pengemudi ojek dengan konsumennya, yang dikenal dengan nama GO-JEK. Dalam kurun waktu 1 tahun semenjak peluncurannya di StartUp aplikasi android dan iOS i-tunes, telah mendapatkan respons yang positif dari masyarakat.

Namun demikian, kehadiran beberapa pesaing juga patut diwaspadai, seperti masih eksisnya Ojek konvensional yang sudah

memiliki pelanggan dan konsumen tersendiri, Aplikasi Grabbike, Aplikasi Blue Jek, uber dan lain-lain. Maka untuk menguji seberapa besar efektivitas penggunaan internet ini dalam menunjang bisnis PT. Gojek Indonesia, diambil kerangka berpikir yang digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Konseptual
Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Hipotesis 1: Pengambilan job order ojek motor berbasis aplikasi pada PT. Gojek Indonesia dan ojek konvensional di Surabaya berada pada tingkat yang efektif.

Hipotesis 2: Pengambilan job order ojek motor berbasis aplikasi pada PT Gojek Indonesia dan ojek konvensional di Surabaya berada pada tingkat yang efisien.

Hipotesis 3: Terdapat perbedaan pendapatan driver Gojek dan driver Ojek Konvensional.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini kuantitatif, sedangkan pendekatan yang digunakan adalah pendekatan korelasional. Pendekatan jenis ini bertujuan untuk melihat apakah antara dua variabel atau lebih memiliki hubungan atau korelasi atau tidak. (Zaenal Arifin, 2009:17).

Populasi dalam penelitian ini adalah di area Surabaya, dengan sumber data dari driver Gojek dan pengemudi ojek konvensional. Alasan peneliti

memilih lokasi serta responden penelitian pada perusahaan PT Gojek area Surabaya dan juga pengemudi ojek konvensional. Sedangkan sampel yang akan diambil dalam penelitian ini terdiri atas 30 responden pengemudi (driver) Gojek dan juga 30 responden dari pengemudi ojek konvensional. Maka total responden adalah 60 responden. Untuk sampel pengemudi Gojek, terdapat dua kriteria, yaitu yang bekerja secara penuh di PT Gojek atau fulltime, dan secara tidak penuh atau partime. Sedangkan untuk ojek konvensional, mereka bekerja secara penuh.

Efektivitas pengambilan job order ojek motor berbasis aplikasi pada PT Gojek Indonesia dan ojek konvensional di Surabaya. Efektivitas adalah kesesuaian antara output dengan tujuan yang ditetapkan. Efektivitas adalah suatu keadaan yang terjadi karena dikehendaki. Berdasarkan hal tersebut, maka Indikator variabel efektivitas dalam penelitian ini adalah (1) Waktu (kecepatan), (2) Penggunaan teknologi, (3) Kepuasan Pelanggan, (4) Harga (penetapan harga), (5) Peraturan dan prosedur.

Efisiensi pengambilan job order ojek motor berbasis aplikasi pada PT. Gojek Indonesia dan ojek konvensional di Surabaya. Deddi dan Ayuningtyas (2010:161) mendefinisikan efisiensi adalah hubungan antara barang dan jasa yang dihasilkan sebuah kegiatan atau aktifitas dengan sumber daya yang digunakan. Suatu organisasi, kegiatan atau program dikatakan efisien apabila mampu menghasilkan output tertentu dengan input serendah-rendahnya, atau dengan input tertentu mampu menghasilkan output sebesar-besarnya (spending well). Indikator variabel efisiensi dalam penelitian ini adalah (1) Biaya Bahan Bakar Minyak (BBM), (2) Biaya operasional harian (makan, minum), (3) Kebutuhan hidup keluarga, (4) Kesesuaian antara total biaya dan pendapatan, (5) Biaya perawatan kendaraan.

Pendapatan driver PT. Gojek Indonesia dan ojek konvensional di

Surabaya. Pendapatan merupakan hasil dari apa yang telah diperjuangkan oleh perusahaan. Dalam satu siklus akuntansi, untuk mengetahui seberapa besar hasil yang di dapatkan oleh perusahaan, maka total pendapatan dikurangkan dengan beban perusahaan dalam suatu periode akuntansi. (Ely Suhayati dan Sri Dewi Anggadini, 2009:8). Indikator variabel pendapatan dalam penelitian ini adalah : (1) Pendapatan yang diterima dari usaha ojek, (2) Pendapatan yang diterima dari sumber lain selain ojek, (3) Pendapatan bersih yang diterima setelah dikurangi dengan biaya operasional.

Dan untuk menganalisis hasil penelitian dari sampel yang nanti diperoleh, maka akan dilakukan uji t independent, untuk menguji tingkat efektifitas dan efisiensi pengambilan *job order* motor, dan menggunakan *one way anova* untuk menganalisis pendapatan. Hal ini karena, sampel yang diambil dari Gojek, terdapat perbedaan status kerja, yaitu partime dan fulltime

Uji Instrumen Penelitian

Uji Validitas

Uji Validitas adalah bagian dari instrument penelitian yang terdiri atas sebuah variable laten (konstruk) dan beberapa variable *manifes (indicator)* yang menjelaskan variable laten tersebut.

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS dapat diketahui bahwa nilai koefisien korelasi untuk total X1 semuanya diatas 0,3 yaitu 0,552, 0,891, 0,396 dan 0,838 sehingga dapat dikatakan instrument penelitian valid

Uji Reabilitas

Uji Reabilitas adalah bagian dari instrument penelitian yang menjelaskan tingkat kosisten sebuah data. Berdasarkan hasil perhitungan menunjukkan bahwa semua variabel dalam penelitian adalah reliabel, hal ini dikarenakan nilai *Cronbach Alpha* yang dihasilkan lebih besar dari 0,60.

HASIL

Dari hasil pengujian yang dilakukan, terbukti bahwa penggunaan aplikasi internet memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan pengemudi PT Gojek, dibandingkan dengan Ojek Konvensional. Intensitas kerja merupakan salah satu penentu pendapatan bagi pengemudi Gojek. Hal ini terlihat dari tingkat pendapatan rata-rata yang lebih tinggi daripada yang kerja partime maupaun konvensional. Pengaruh masing-masing variable antara independen dan dependen dapat dijelaskan sebagai berikut:

1) Efektivitas

Dari uji independen t test yang sudah dilakukan, terlihat bahwasanya rata-rata efektivitas gojek online sekitar 95.6333 dengan standar deviasi 5.41061, dan rata-rata tingkat efektivitas ojek konvensional 84.3667 dengan standar deviasi 6.15032. Dari kepercayaan 90% dapat disimpulkan bahwa rata-rata efektivitas gojek online dan ojek konvensional adalah berbeda, dimana rata-rata efektivitas gojek online sekitar 95.6333 dan rata-rata efektivitas ojek konvensional 84.3667. Hal ini menunjukkan bahwasanya dalam menjalankan usahanya, PT. Gojek Indonesia dengan menggunakan internet mempunyai tingkat efektifitas yang lebih tinggi, dibandingkan dengan yang dilakukan oleh ojek konvensional.

2) Efisiensi

Dari hasil uji independen t test, tampak bahwa rata-rata tingkat efisiensi gojek online sekitar 97.2333 dengan standar deviasi 6.33917, dan rata-rata tingkat efisiensi ojek konvensional 88.5000 dengan standar deviasi 6.69920. Dari kepercayaan 90% dapat disimpulkan bahwa rata-rata tingkat efisiensi gojek online dan ojek konvensional adalah berbeda, dimana rata-rata tingkat efisiensi gojek online sekitar 97.2333 dan rata-rata tingkat efisiensi ojek konvensional 88.5000. Hal ini menunjukkan bahwa dalam menjalankan usahanya, PT Gojek Indonesia dengan mengandalkan aplikasi internet online, mempunyai

tingkat efektifitas yang lebih tinggi dibandingkan dengan ojek konvensional.

3) Perbandingan Pendapatan

Dari hasil uji SPSS, terdapat perbedaan rata-rata antara Gojek fulltime, partime dan ojek konvensional. Driver Gojek fulltime mempunyai tingkat pendapatan rata-rata lebih tinggi dari lainnya yakni sebesar 2,591.1228. sedangkan untuk Gojek partime adalah sebesar 1,325.5311, dan Ojek Konvensional sebesar 1,981.2144. Melihat hasil F hitung sebesar 21.846, dengan nilai signifikansinya adalah 0,000, maka dapat disimpulkan bahwa dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dimana signifikan pada 0,05, dapat disimpulkan bahwa rata-rata pendapatan driver Gojek lebih besar dari pendapatan driver Ojek Konvensional. Hal ini dikarenakan driver Gojek menggunakan sistem e-commerce dalam kegiatan usahanya, penggunaan e-commerce ini bisa memangkas biaya-biaya operasional untuk kegiatan usaha ojek, penggunaan e-commerce juga bisa menjangkau pelanggan yang lebih luas dibanding dengan driver Ojek Konvensional. Penetapan harga Gojek berdasarkan sistem juga bias menciptakan kepercayaan pada pelanggan bahwa harga yang dibebankan adalah harga standar yang diberlakukan oleh perusahaan (PT. Gojek Indonesia), tidak ada proses tawar menawar harga yang diberlakukan PT. Gojek Indonesia, menjadikan waktu proses transaksi menjadi lebih singkat sehingga berpengaruh terhadap pendapatan yang diterima oleh driver Gojek lebih besar dibanding dengan pendapatan yang diterima oleh driver Ojek Konvensional

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat ditarik kesimpulan penelitian sebagai berikut:

1. Dari uji independen t test yang sudah dilakukan, terlihat bahwasanya rata-rata efektifitas gojek online sekitar 95.6333 dengan standar deviasi 5.41061, dan rata-rata

tingkat efektifitas ojek konvensional 84.3667 dengan standar deviasi 6.15032. Dari kepercayaan 90% dapat disimpulkan bahwa rata-rata efektifitas gojek online dan ojek konvensional adalah berbeda, dimana rata-rata efektifitas gojek online sekitar 95.6333 dan rata-rata efektifitas ojek konvensional 84.3667. Hal ini menunjukkan bahwasanya dalam menjalankan usahanya, PT. Gojek Indonesia dengan menggunakan internet mempunyai tingkat efektifitas yang lebih tinggi, dibandingkan dengan yang dilakukan oleh ojek konvensional.

2. Dari hasil uji independen t test, tampak bahwa rata-rata tingkat efisiensi gojek online sekitar 97.2333 dengan standar deviasi 6.33917, dan rata-rata tingkat efisiensi ojek konvensional 88.5000 dengan standar deviasi 6.69920. Dari kepercayaan 90% dapat disimpulkan bahwa rata-rata tingkat efisiensi gojek online dan ojek konvensional adalah berbeda, dimana rata-rata tingkat efisiensi gojek online sekitar 97.2333 dan rata-rata tingkat efisiensi ojek konvensional 88.5000. Hal ini menunjukkan bahwa dalam menjalankan usahanya, PT Gojek dengan mengandalkan aplikasi internet online, mempunyai tingkat efektifitas yang lebih tinggi dibandingkan dengan ojek konvensional.
3. Dari hasil uji SPSS, terdapat perbedaan rata-rata antara Gojek fulltime, partime dan ojek konvensional. Driver Gojek fulltime mempunyai tingkat pendapatan rata-rata lebih tinggi dari lainnya yakni sebesar 2,591.1228. sedangkan untuk Gojek partime adalah sebesar 1,325.5311, dan Ojek Konvensional sebesar 1,981.2144.

SARAN

Berdasarkan hasil analisis pembahasan serta kesimpulan pada

penelitian ini, saran-saran yang dapat diberikan agar mendapatkan hasil yang lebih baik yaitu:

1. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah sebaran sampel data pengemudi Gojek maupun Ojek Konvensional meliputi area Surabaya, dan bahkan secara nasional agar cakupan penelitian bisa diperoleh secara massive dan lebih luas, sebaran data bisa diambil secara seragam, yaitu hanya meneliti driver Ojek yang bekerja secara fulltime dengan cakupan area yang lebih luas, dapat menggunakan variabel lainnya seperti analisis persaingan, harga, pendapatan, atau laporan keuangan lainnya. Sasaran penelitian bisa dilakukan kepada institusi yang lain yang sejenis, diperbandingkan dengan entitas bisnis yang sudah mapan lainnya.
2. Bagi PT. Gojek Indonesia, diharapkan untuk bisa terus meningkatkan efisiensi dan efektivitas kinerja driver Go-Jek supaya bisa memberikan kinerja yang lebih baik dan bisa meningkatkan pendapatan para driver Go- Jek. Manajemen PT. GoJek Indonesia diharapkan untuk bisa menambah jaringan dengan memperluas jangkauan layanan Go-Jek termasuk ke daerah-daerah yang saat ini belum terjangkau. PT. Gojek Indonesia diharapkan juga bisa terus meningkatkan peran serta masyarakat untuk ikut menjadi driver Go-Jek agar dapat menciptakan kemandirian masyarakat Indonesia dan menciptakan lapangan kerja yang baru.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Adisaputro, Gunawan, Yunita Anggraini, Anggaran Bisnis, Analisis, Perencanaan, dan Pengendalian Laba, Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2011.
- Adji Adisasmita, Sakti, Perencanaan Infrastruktur Transportasi

Wilayah, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012.

- Arifin, Zaenal, Metodologi Penelitian Pendidikan, Surabaya :Lentera cendikia, 2009
- Deddi dan Ayuningtyas, Akuntansi Sektor Publik. Edisi Kedua, Penerbit: Salemba Empat. Jakarta, 2010.
- Dunia, Firdaus Ahmad, Wasilah Abdullah, Akuntansi Biaya, edisi 3, Jakarta: Penerbit Salemba Empat, 2013.
- Harry, 240 Konsep Penting Akuntansi dan Auditing yang Perlu Anda Ketahui, cetakan 1, Yogyakarta: Penerbit Gava Media, 2013.
- Hurriyati, Ratih, Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen. Bandung : Alfabeta, 2010.
- Husnan, Suad, Enny Pudjiastuti, Dasar-dasar Manajemen Keuangan, edisi keenam, Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2012.
- Kamaruddin, Ahmad, Akuntansi Manajemen: dasar-dasar konsep biaya dan pengambilan keputusan, Jakarta: Rajawali Pers, 2009.
- Kotler, Philip dan Kevin L. Keller, Manajemen Pemasaran, terj :Bob Sabran, Edisi 13 jilid 1 dan 2, Jakarta: penerbit Erlangga, 2009.
- Krismiaji, Y Anni Aryani, Akuntansi Manajemen, edisi kedua, Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2011.
- Mardiyanto, Handono, Inti Sari Manajemen Keuangan, Jakarta: PT Grasindo, 2009.
- Miro, Fidel, Pengantar Sistem Transportasi, Jakarta : Erlangga, 2012. Mulyadi, Akuntansi Biaya, Edisi 5, Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2010.
- , Sistem Akuntansi, Jakarta : Salemba Empat, 2010.
- Mursyidi, Akuntansi Dasar, Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia, 2010.
- Raiborn, Cecily A. & Mechael Kinney, Akuntansi Biaya: Dasar

- dan Perkembangan, Buku 1 edisi 7, Jakarta: Salemba Empat, 2011.
- Safaat H, Nazaruddin, Pemrograman aplikasi mobile smartphone dan tablet PC berbasis android, Bandung: Penerbit Informatika, 2012.
- Sugiyono, Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D, bandung: alfabeta, 2009.
- Suharyati, Elly, Sri Dewi Anggadini, Akuntansi Keuangan, Bandung: Graha Ilmu, 2009.
- Sumarsan, Thomas, Sistem Pengendalian Manajemen: Konsep, Aplikasi, dan Pengukuran Kinerja, edisi 2, Jakarta: Penerbit Indeks, 2013.
- Susanto, Azhar, Sistem Informasi Akuntansi, Bandung: Lingga Jaya, 2013. Wiyono, Gendro, merancang penelitian bisnis dengan alat analisis SPSS17.0 & SmartPLS 2.0, Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2011.
- Yudaruddin, Rizky, "Statistik Ekonomi, Aplikasi dengan Program SPSS 20, "Yogyakarta: Interpena 2014.
- Ikatan Akuntan Indonesia, "Standar Akuntansi Keuangan per 1 Juli 2009", Penerbit Salemba Empat: Jakarta, 2009
- M Irfan, "Efektifitas Penggunaan Sosial Media Twitter sebagai Media Komunikasi Pemasaran Strike! Courier di Samarinda, skripsi Universitas Mulawarman, 2014. <http://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/?p=1329>
- Hasan, Kuzery and Septayuda, Irwan, "Efektivitas Pemasaran Online Dalam Meningkatkan Omset Penjualan Nasabah Pada Situs Penjualan Online Bina Darma. Jurnal MBiA", Universitas Bina Darma Palembang, 2015. <http://eprints.binadarma.ac.id/2742/>
- <http://www.cnnindonesia.com/teknologi/20150630160449-185-63357/ceo-gojek-grabbike-hanya-bisa-meniru/> di akses 5 Januari 2015
- <https://itunes.apple.com/id/app/gojek/id944875099?mt=8> diakses 20 Januari 2016
- <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.gojek.app> diakses 20 Januari 2016
- <http://www.tipepedia.com/2015/08/teori-efektifitas-menurut-pendapat-para.html> diakses 2 Januari 2016
- <http://marketeers.com/article/inilah-overview-pasar-internet-indonesia-di-2015.html> diakses 21 Januari 2016
- Skripsi, Tesis dan Disertasi
- Swisstiani, Febby, "Pengaruh Persepsi Harga, Efektivitas Iklan Internet Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Online Zalora, skripsi Universitas Negeri Yogyakarta tahun 2014.
- Internet
- Agustin, Eva, "Persepsi Penggunaan Aplikasi Internet untuk Pemasaran Produk Usaha Kecil Menengah" Seminar Nasional Teknologi Informasi UII Yogyakarta, <http://www.jurnal.ui.ac.id/index.php/Snati/article/viewFile/1719/1500>