

**ANALISIS POLA PERSAINGAN JASA TRANSPORTASI TAKSI *ONLINE*
DALAM MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN PELANGGAN DI
KOTA SURAKARTA**



Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata 1 pada
Program Studi Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan

Oleh:

MEGA KUSUMA RATRI

A210160300

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN AKUNTANSI
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2020

**ANALISIS POLA PERSAINGAN JASA TRANSPORTASI TAKSI *ONLINE*
DALAM MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN PELANGGAN DI
KOTA SURAKARTA**

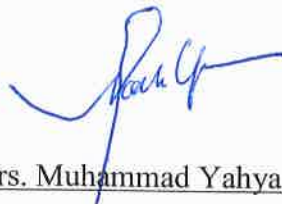
Diajukan Oleh:

Mega Kusuma Ratri

A210160300

Artikel Publikasi ini telah disetujui oleh pembimbing skripsi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhammadiyah Surakarta untuk dipertanggungjawabkan di hadapan tim penguji skripsi.

Surakarta, 01-11-2020



(Drs. Muhammad Yahya, M.Si.)

NIDN. 0605095302

HALAMAN PENGESAHAN

**ANALISIS POLA PERSAINGAN JASA TRANSPORTASI TAKSI *ONLINE*
DALAM MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN PELANGGAN DI
KOTA SURAKARTA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

OLEH

MEGA KUSUMA RATRI

A210160300

Telah dipertahankan di depan Dewan Pernguji
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Pada hari Kamis, 12-11-2020
dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Dewan Penguji:

1. Drs. Muhammad Yahya, M.Si. (.....)
(Ketua Dewan Penguji)
2. Dr. Joko Suwandi, M.Pd. (.....)
(Anggota I Dewan Penguji)
3. Dhany Efita Sari, M.Pd. (.....)
(Anggota II Dewan Penguji)

Dekan,



Prof. Harun Joko Prayitno, M.Hum.

NIDN. 0028046501

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam publikasi ilmiah ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya di atas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 01 November 2020

Penulis



MEGA KUSUMA RATRI

A210160300

ANALISIS POLA PERSAINGAN JASA TRANSPORTASI TAKSI *ONLINE* DALAM MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN PELANGGAN DI KOTA SURAKARTA

Abstract

This study aimed to describe the competitive pattern of online taksis in order to improve the quality of customer service; and factors that affect online taksi customer service. This research includes a qualitative approach with a case study design. The data collection methods used in this study were observation interviews and documentation. The research was conducted in the city of Solo. Informants in this study were online taksi drivers and customers. The informants will provide information about aspects that are more accurately revealed by interview techniques: time certainty and accuracy of service, courtesy and friendliness, responsibility, completeness, ease of getting service, personal service, variety of models and comfort in the service process and supporting attributes service. The research object is the competition between online taksis in improving the quality of customer service. The results of this study describe the competitive patterns of online taksis in order to improve the quality of customer service: interaction or communication, providing comfort and safety, giving good attention to customers, and mutual benefits. The factors that affect the quality of online taksis customer service are information, taking orders, friendliness, driving safety, and determining rates. This research implies that if the service to customers is improved, the good response from customers will also increase and if the services provided are according to the standards applied, the customer will feel safe and comfortable.

Keywords: pattern, online taksi, service quality, cfustomer

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan pola bersaing taksi online dalam rangka meningkatkan kualitas pelayanan pelanggan; dan faktor-faktor yang mempengaruhi pelayanan pelanggan taksi online. Penelitian ini termasuk pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara observasi, dan dokumentasi. Penelitian dilaksanakan di wilayah kota Solo. Informan dalam penelitian ini adalah driver dan pelanggan taksi online. Para informan tersebut akan memberikan informasi mengenai aspek-aspek yang lebih tepat diungkap dengan teknik wawancara yaitu, kepastian waktu dan akurasi pelayanan, kesopanan dan keramahan, tanggung jawab, kelengkapan, kemudahan mendapatkan pelayanan, pelayanan pribadi, variasi model dan kenyamanan dalam proses pelayanan serta atribut

pendukung pelayanan. Obyek penelitian adalah persaingan antar taksi online dalam meningkatkan kualitas pelayanan pelanggan. Hasil penelitian ini mendeskripsikan cara bersaing taksi online supaya pelayanan pelanggan tetap terjaga kualitasnya, yaitu interaksi atau komunikasi, memberikan kenyamanan dan keamanan, memberikan perhatian yang baik kepada pelanggan, dan keuntungan timbal balik. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan pelanggan taksi online adalah informasi, pengambilan orderan, keramahan, keamanan dalam berkendara, dan penentuan tarif. Penelitian ini memberikan implikasi bahwa jika pelayanan kepada pelanggan ditingkatkan maka respon baik dari pelanggan juga akan meningkat dan jika pelayanan yang diberikan sesuai standar yang diterapkan maka pelanggan akan merasa aman dan nyaman.

Kata kunci : persaingan, taksi online, kualitas pelayanan, pelanggan

1. PENDAHULUAN

Indonesia merupakan salah satu negara yang berkembang di Asia. Pada era berkembangnya, peranan teknologi yang ada di negara ini semakin pesat dan hingga bisa menjangkau kebutuhan manusia. Ketika berbicara tentang peranan teknologi, manusia telah diyakinkan bahwa saat ini merupakan masuknya era digital secara masif khususnya di Indonesia.

Di era kemajuan teknologi, utamanya di Asia banyak taksi konvensional yang beralih menjadi taksi *online* yang melalui aplikasi. Zell (2019) mengatakan bahwa sebagai negara maju seperti Singapura sebelum datangnya aplikasi Go-Jek sebagai *taksi online* sudah memiliki aplikasi Uber dan Grab. Di negara tersebut, diterapkan peraturan tidak memonopoli satu bidang, hal ini menyebabkan ketika tidak berani untuk beroperasi di Asia sehingga Grab dilarang memegang satu bidang untuk menghindari monopoli harga karena tidak ada pesaing. Kemudian Go-Jek masuk dan langsung mendapat akses beroperasi di Singapura. Bersaingnya Grab dan Go-Jek agar pelanggan terjaga kualitasnya dengan sistem yang baik agar tidak terjadi monopoli.

Indonesia merupakan salah satu negara yang berkembang di Asia. Pada era berkembangnya, peranan teknologi yang ada di negara ini semakin pesat dan hingga bisa menjangkau kebutuhan manusia. Ketika berbicara tentang peranan

teknologi, manusia telah diyakinkan bahwa saat ini merupakan masuknya era digital secara masif, khususnya di Indonesia.

Berdasarkan situs *Wearesocial* dalam laporannya yaitu 2018 *Global Digital Report* dikatakan bahwa jumlah pengguna internet dunia yang telah mencapai 4.021 miliar orang dari total populasi dunia yaitu 7.593 miliar orang, ini artinya 53% penduduk dunia telah aktif menggunakan internet. Di Indonesia sendiri dalam laporan yang sama penggunaan internet mencapai 132 juta orang dari 265 juta penduduk Indonesia. Jumlah tersebut membuktikan bahwa setengah dari penduduk Indonesia telah melek dengan teknologi khususnya internet (Tribowo, 2019).

Semakin berkembangnya teknologi persaingan usaha perlu di perhatikan juga. Strategi persaingan usaha diatur oleh pemerintah didalam UU nomor 5 tahun 1999 tentang larangan praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat dan yang dimaksud persaingan tidak sehat adalah persaingan antar pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan produksi dan atau pemasaran barang dan atau jasa yang dilakukan dengan cara tidak jujur atau melawan hukum atau menghambat pesaingan usaha. Menurut Porter (dalam Margretta, 2014) persaingan strategis berarti memilih jalan yang berbeda dari lainnya. Selain bersaing menjadi yang terbaik, perusahaan-perusahaan dapat – dan harus – bersaing menjadi unik.

Begitupun dengan transportasi yang ada seperti taksi. Sebelum industri digital masuk ke Indonesia untuk menggunakan taksi, masyarakat harus datang ke tempat pangkalan atau menunggu di sebrang jalan. Saat ini untuk menggunakan taksi untuk menuju suatu tempat, pelanggan cukup memesan dari tempat keberadaan melalui *gadget* yang dipunya. Disamping itu untuk menjangkau kebutuhan, manusia membutuhkan transportasi dalam melakukan aktivitas sehari-hari. Seiring berkembangnya zaman kebutuhan masyarakat akan transportasi yang aman, nyaman, terjangkau, dan terpercaya meningkat.

Di Indonesia sendiri ada beberapa perusahaan transportasi berbasis *online* diantaranya Gojek, Grab, dan yang baru-baru ini muncul yaitu Maxim. Industri digital dalam bidang transportasi yang banyak diminati masyarakat memiliki beberapa permasalahan yang dialami dalam pelaksanaannya. Transportasi *online*

yang masih baru dalam pengoperasiannya, masih perlu banyak yang harus diperbaiki, baik dari pelayanan maupun sistem yang dipakai untuk menghubungkan penyedia jasa dengan pengguna jasa (Rachman, 2018).

Dalam melakukan usaha dibutuhkan pelayanan yang baik yang diberikan suatu perusahaan atau kantor, agar reputasi dimata masyarakat dalam hal itu bisa membuat masyarakat ataupun pelanggan merasa betah dan nyaman. Menurut Schiffman dan Kanuk (dalam Priansa 2017) pelayanan merupakan suatu hal yang penting, sebab peningkatan daripada pelayanan itu sendiri dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan kepada konsumen atau pelanggan yang dilayani, yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki.

Di dalam kegiatan memberikan pelayanan maka sebuah perusahaan atau usaha yang bergerak di bidang jasa khususnya dalam memberi pelayanan, maka perusahaan tersebut akan berusaha memberikan bentuk layanan terbaik kepada pelanggan atau konsumennya. Kebutuhan dan keinginan pelanggan merupakan potensi pasar bisnis yang sangat menjanjikan bagi perusahaan. Dalam meningkatkan kepuasan pelanggan sebaiknya perusahaan juga tetap menjaga kualitas pelanggan.

Tingginya animo masyarakat berkendara itu membuat layanan transportasi *online* lainnya turut bersaing. Faktanya kurangnya kualitas pelayanan yang diberikan oleh sebagian *driver* GoCar seperti, sikap atau perilaku *driver* yang kurang ramah dan kurangnya jaminan keselamatan dan keamanan. Apalagi layanan yang banyak digandrungi ini tidak hanya menyediakan kemudahan dan tawaran diskon. Namun juga perilaku *driver* juga ditentukan. Sekarang ini angka kecelakaan transportasi dengan hantaran dan taksi *online* dinilai cukup tinggi dibandingkan dengan taksi reguler (Dewi, 2020).

Angka kecelakaan harus diimbangi dengan keamanan transportasi, perusahaan harus terus meningkatkan keamanan pelanggan antara lain dengan menghadirkan fitur keamanan seperti tombol darurat dan bagikan perjalanan. Fitur-fitur ini membuat pelanggan merasa aman dan nyaman saat menggunakan jasa

transportasi *online*, terlihat dari peningkatan jumlah pesanan layanan transportasi transportasi sebesar 28% dibandingkan tahun sebelumnya (Klasika, 2020).

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif. Desain penelitian yang digunakan adalah pendekatan etnografi studi kasus. Menurut Creswell (2014) menyatakan bahwa desain penelitian studi kasus merupakan banyak di temukan dalam berbagai bidang dimana peneliti mengembangkan analisis mendalam tentang kasus, seringkali berupa program, acara, kegiatan, proses satu atau lebih individu. Penelitian ini dilakukan dengan menganalisis persaingan antar taksi online di kota Solo.

Penelitian dilakukan dengan pendekatan kualitatif yaitu menekan pada pengamatan langsung oleh peneliti. Penelitian hadir secara langsung perencanaan, penganalisis data, pengumpulan data serta pelapor dari hasil penelitian. Peneliti bertugas untuk meneliti pola persaingan jasa transportasi taksi *online* dalam meningkatkan kualitas pelayanan pelanggan. Peneliti diharapkan mampu menyesuaikan dengan kondisi agar mendapatkan informasi yang sesuai dengan apa yang diteliti. Pengumpulan data dengan studi kepustakaan yakni mengumpulkan, mempelajari, mengkaji, dari ketiga bahan tersebut dan studi lapangan berupa observasi dan wawancara.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Persaingan semakin ketat, menghadirkan pelayanan yang berkualitas dan menghadirkan inovasi untuk mengejar ketinggalannya merupakan upaya peningkatan pelayanan dengan bersaing sehat.

Bersaingnya taksi konvensional dan taksi *online* bukan karena perbedaan tetapi dengan adanya kemajuan teknologi yang hadir ke dunia. Kemajuan teknologi ini menjadikan banyak inovasi yang terjadi salah satunya taksi *online*. Dengan adanya taksi *online* ini memudahkan pelanggan untuk memesan melalui aplikasi dengan tidak melupakan kualitas pelayanan pelanggan dengan cara:

3.1 Interaksi atau komunikasi

Berinteraksi dengan sopan dan santun untuk memberikan kepercayaan tinggi dari pelanggan. Agar pelanggan tertarik dan terus menerus menggunakan layanan yang diberikan. Hal ini relevan dengan yang dinyatakan Harahap & Fatmawaty (2020) bahwa pola interaksi berpengaruh nyata dan positif terhadap fasilitas pelayanan.

3.2 Memberikan kenyamanan dan keamanan

Driver perlu memperhatikan kenyamanan pelanggan baik dari sisi tempat duduk, kecepatan pelayanan, serta pelanggan lebih menggemari sopir yang mematuhi tata tertib lalu lintas karena kenyamanan yang diberikan untuk pelanggan harus menjadi jaminan keamanan dan tanggung jawab dari pelayanan yang telah diberikan. Hal ini senada dengan yang diungkapkan Wiryawan (2019) bahwa kenyamanan dan keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen taksi *online* Go-Car di Kota Surakarta.

3.3 Memberikan perhatian yang baik

Memperhatikan keinginan dan kebutuhan pelanggan upaya mendapatkan loyalitas dan kepuasan pelanggan. Karena dengan memberikan perhatian yang baik kepada pelanggan bisa mendapatkan informasi penting dengan mudah. Hal ini menunjukan kesamaan dengan yang diungkapkan Mardikawati & Farida (2013) bahwa semakin tinggi kualitas layanan jasa transportasi yang diberikan kepada pelanggan, maka akan semakin besar pula kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan.

3.4 Keuntungan timbal balik

Melakukan pelayanan dengan baik tidak semata-mata mencari keuntungan untuk sebelah pihak saja, tetapi juga harus memberikan keuntungan bagi pelanggan seperti pelanggan merasa puas atas apa yang diberikan sesuai imbalan yang *driver* terima. Hal ini sesuai dengan yang dinyatakan Setioko, Iskandar, Raharjo, Soedjana, Murtisari, Purba, Estuningsih, Sunandar, & Sarosa (2014) bahwa pengaruh timbal balik ini menunjukkan kepentingan masing-masing.

Berdasarkan hasil dan pembahasan tersebut, pola bersaing taksi *online* dalam rangka meningkatkan kualitas pelayanan pelanggan dapat digambarkan pada gambar 1.



Gambar 1. Pola bersaing taksi *online* dalam rangka meningkatkan kualitas pelayanan pelanggan

Berkembangnya taksi *online* cukup signifikan, berbagai faktor sangat mempengaruhi dalam meningkatkan pelayanan pelanggan. Melayani pelanggan dengan kecepatan, keamanan, dan kenyamanan adalah citra yang ditawarkan. Dibalik citra tersebut ada beberapa faktor yang mempengaruhi pelayanan pelanggan taksi *online*, yaitu:

3.5 Informasi

Informasi yang didapat memudahkan *driver* untuk melayani pelanggan dan data pelanggan yang diterima *driver* dijamin keamanannya. Hal ini senada dengan yang diungkapkan Emmywati (2016) bahwa keamanan mempunyai hubungan kuat dan searah terhadap kepuasan konsumen.

3.6 Pengambilan orderan

Bentuk pengambilan orderan yang diterima dari pelanggan perlu diperhatikan dari segi lokasi jemput dan tujuan, jarak, nomor order dan tarif. Ketika pelayanan yang diberikan baik maka pelanggan akan merasa puas, sehingga besar kemungkinan pelanggan akan tetap setia dengan layanan yang digunakan.

3.7 Keramahan

Menjalin komunikasi dengan keramahan bisa menjadikan ketertarikan pelanggan dalam sebuah layanan seperti menyediakan waktu lebih untuk melayani, peduli terhadap kebutuhan, dan memberi kebebasan berinteraksi. Keramahanlah yang menjadikan kedekatan dan loyalitas pelanggan terhadap kualitas layanan yang digunakan. Hal ini serupa yang dengan pernyataan Alimudin & Ataya (2018) bahwa persepsi pelanggan terhadap keramahan pelanggan yang diberikan bagian prioritas adalah identik / tidak berbeda.

3.8 Keamanan dalam berkendara

Driver dari taksi *online* sudah diketahui identitas pribadi maupun dari jenis dan nomor mobilnya melalui aplikasi gadget pelanggan sehingga keamanan dari konsumen juga ikut terjaga. Hal ini senada dengan yang diungkapkan dari Anindhita, Aristanty, & Rahmawati (2016) bahwa transportasi online diminati masyarakat karena memiliki aplikasi berbasis data, dimana konsumen dapat mengetahui identitas pengemudi, hal ini menunjukkan bahwa transportasi online mengedepankan faktor keamanan pengguna.

3.9 Penentuan tarif

Kebijakan penetapan tarif yang mudah dan praktis yang menjadikan pelanggan lebih memilih taksi *online*. Karena tarif sudah tertera pada aplikasi *gadget* pelanggan. Hal ini senada dengan yang diungkapkan Assegaf (2020) bahwa variabel harga menjadi faktor yang paling dominan mempengaruhi loyalitas konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung (melalui kepuasan konsumen) pada jasa *ride-hailing* di Surabaya.

Berdasarkan hasil dan pembahasan tersebut, faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan pelanggan taksi *online* dapat digambarkan pada gambar 2.



Gambar 2. Faktor-faktor yang mempengaruhi pelayanan pelanggan taksi *online*

4. PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat di tarik kesimpulan sebagai berikut:

Hasil penelitian ini mendeskripsikan pola bersaing taksi *online* dalam rangka meningkatkan kualitas pelayanan perlanggan, yaitu interaksi atau komunikasi, memberikan kenyamanan dan keamanan, memberikan perhatian yang baik kepada pelanggan, dan keuntungan timbal balik.

Hasil penerlitian ini mendeskripsikan faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan pelanggan taksi *online* adalah informasi, pengambilan orderan, keramahan, keamanan dalam berkendara, dan penentuan tarif.

DAFTAR PUSTAKA

Alimudin, A. & Artaya, I. P. (2018). Persepsi Nasabah tentang Ketanggapan, Keramahan, Kehandalan, Komunikasi, dan Mengerti Nasabah terhadap Pelayanan bagian Prioritas PT. Bank Central Asia Surabaya. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*. 1(2), 119-130.

- Assegaf, S. B., & Pranoto, S. O. (2020). Price Determines Customer Loyalty in Ride-Hailing Services. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR)*. 4(3), 453-463.
- Anindhita, W., Arisanty, M., Rahmawati, D. (2016). Analisis Penerapan Teknologi Komunikasi Tepat Guna Pada Bisnis Transportasi Ojek Online (Studi pada Bisnis Gojek dan Grab Bike dalam Penggunaan Teknologi Komunikasi Tepat Guna untuk Mengembangkan Bisnis Transportasi). *Prosiding Seminar Nasional INDOCOMPAC Universitas Bakrie, Jakarta*. 2-3 Mei 2016.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approachs*. California: Sage Publications.
- Dewi, R. K. (2019, November 01). Saat Jasa Transportasi Online Kian Menjamur... diperoleh dari <https://www.kompas.com/tren/read/2019/11/01/061500365/saat-jasa-transportasi-online-kian-menjamur-?page=all>
- Emmywati. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan yang Terdiri dari Kenyamanan, Keamanan, Kemudahan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen Pada Galeri Seni dan Pusat Meditation Ponorogo Jawa Timur. 1 (3), 184-191.
- Harahap, G. & Fatmawaty. (2020). Model Pembangunan Pertanian Pola Interaksi dan Interdependensi Dalam Memanfaatkan Fasilitas Pelayanan Sosial Ekonomi di Kabupaten Serdang Bedagai. *BEST Journal*. 3(2), 141–147.
- Klasika, K. (2020). 7 Solusi Utama Gojek untuk Hidup Lebih Mudah. Diperoleh dari <https://adv.kompas.id/baca/7-solusi-utama-gojek-untuk-hidup-lebih-mudah/>
- Kurniati, A.W. (2017). Komunikasi Permasaran Transportation Online Nguberjek. *Jurnal Komunikasi dan Kajian Merdia*, 1 (1), 68-94.
- Mar'ati, NC. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Ojek Online (Studi Pada Konsumen Gojek di Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 3 (3), 1-12.

- Mardikawati, W. & Farida, L. (2013). Pengaruh Nilai Pelanggan dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan, melalui Kepuasan Pelanggan pada Pelanggan Bus Efisiensi (Studi PO Efisiensi Jurusan Yogyakarta-Cilacap). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 2 (1), 64-75.
- Margretta, J. (2014). *Understanding Michael Porter: Panduan Paling Penting tentang Kompetisi dan Strategi*. (Diana, Trans) Yogyakarta, Indonesia: Andi. (Karya asli terbit pada 2012).
- Priansa, J. P. (2017). *Manajemen Pelayanan Prima: Fokus Pada Organisasi Publik dan Peningkatan Kualitas Aparatur*. Bandung: Alfabeta.
- Rachman, G. A. (2018). *Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas informasi, dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Taksi Online Go-Car Wilayah Banyuwangi*. Skripsi. Universitas Jember.
- Tangkilisan, H. & Nogi S. 2005. *Manajemen Publik*. Jakarta: PT. Gramedia Widiasarana
- Tribowo, A. (2019, April 21). Menyikapi Tuntutan Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Industri Pariwisata Indonesia. Diperoleh dari <https://www.kompasiana.com/akbartribowo8028/5cbc18cccc528364637489d2/menyikapi-tuntutan-perkembangan-teknologi-informasi-dan-komunikasi-dalam-industri-pariwisata-indonesia?page=all>
- Setioko, A. R., Iskandar, S., Raharjo, Y. C., Soedjana, T. D., Murtisari, T., Purba, M., Estuningsih, S. E., Sunandar, N., & Sarosa, D. (2014). Model Usaha Ternak Itik dalam Sistem Pertanian dengan Indek Pertanaman Padi Tiga Kali per Tahun IP Padi 300): 1. Pengaruh Timbal Balik antara Peternak dan Petani. (2014). *JITV*. 5 (1), 276-278.
- Wiryan, F. (2019). Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Taksi Online (Go-Car) Di Kota Surakarta. *Naskah Publikasi*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Zell. E. (2019, Maret 4). Mencoba GOJEK di Singapura! Mahal gak ya?? [Video file]. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=ljefK3raLwg>