

PERANAN HUMAS PERUSAHAAN APLIKASI TRANSPORTASI ONLINE UBER BALI DALAM MENJAGA HUBUNGAN DENGAN DRIVER

Natasha Fera Natalia¹⁾, Ni Nyoman Dewi Pascarani²⁾, Ade Devia Pradipta³⁾
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Udayana
Email: natashafera05@gmail.com¹⁾, dewi,pascarani@yahoo.co.id²⁾,
deviapradipta88@gmail.com³⁾

ABSTRACT

The presence of Uber in Bali raise a controversy so that the action of rejection frequently happened such as demonstration and sweeping was done by the local transportation and conventional taxi alliance. Those action of rejection often contained a violence that cause the Uber driver feel unsafe and harmed. The Uber Bali public relation hold up the role to keep the relation with their drivers as one of the stakeholders who have an important role for the company. Therefore, the study, entitled "Peranan Humas Perusahaan Aplikasi Transportasi Online Uber Bali dalam Menjaga Hubungan dengan Driver" have a purpose to find out the role by Uber Bali public relation in order to maintain the relation with their drivers. The method applied is analysis descriptive qualitative method with qualitative research and post-positivism paradigm. The results from this research based on the role concept of public relations according to Dozier and Broom, Uber Bali's public relation intent to hold the role as an expert presciber and communication facilitator. As an expert presciber Uber Bali try on offer to solve the problems happened whether to supervise the emergency condition from the management, stakeholders, as well as the problem appear from the area. As a communication facilitator, Uber Bali's public relation hold a role to provide a sharing session regarding the promo or the latest regulation as well as correspondence session with the driver if theres any concern from them.

Key Words: *Public Relation, Uber Bali, Driver, Stakeholders*

1. PENDAHULUAN

Uber merupakan salah satu perusahaan aplikasi transportasi *online* yang bekerjasama dengan *vendor* guna menyediakan sumber daya yaitu berupa mobil dan *driver*. *Uber* telah beroperasi di Indonesia sejak pertengahan tahun 2014. *Uber* menawarkan kenyamanan taksi berbasis *online* dengan harga rendah dan cukup bersaing dibandingkan dengan taksi resmi lainnya sehingga *Uber* mengalami perkembangan yang sangat cepat di tanah air maupun manca negara. *Uber* memiliki

keunggulan dapat menunggu penumpang saat tiba di tempat tujuan, dan penumpang juga dapat melanjutkan perjalanan ke destinasi selanjutnya tanpa membuka aplikasi untuk memesan terlebih dahulu. Namun di Bali, para sopir taksi argo maupun sopir transportasi lokal dari beberapa daerah menolak *Uber* dan transportasi berbasis *online* lainnya untuk beroperasi di Bali karena dianggap ilegal dan memperkecil peluang untuk mendapatkan penghasilan. Walaupun Kementeri^{an} Perhubungan secara resmi mengeluarkan aturan untuk layanan transportasi berbasis aplikasi yang dirangkum

dalam Peraturan Menteri (Permen) Perhubungan No 32 Tahun 2016 tentang Penyelenggaraan Angkutan Orang dengan Kendaraan Bermotor Umum Tidak dalam Trayek, terdapat beberapa orang dari aliansi sopir transportasi lokal yang masih menentang transportasi online untuk beroperasi di Bali kerap kali melakukan *sweeping* terhadap transportasi *online* yang beroperasi di beberapa wilayah tertentu di Bali yang telah dipasang tulisan atau baliho bahwa transportasi *online* dilarang mengambil penumpang di kawasan tersebut. Tidak jarang pula pada saat *sweeping*, para sopir transportasi lokal tersebut menggunakan cara-cara kekerasan yang tentunya merugikan banyak pihak.

Berbagai permasalahan yang ada membuat para *driver* dan penumpang tentunya mengalami keresahan utamanya saat sedang beroperasi di lapangan.

Peranan Humas (hubungan masyarakat) atau *PR (public relation)* sangat diperlukan untuk menangani permasalahan-permasalahan yang ada. Salah satu fungsi humas yang diperlukan adalah menjaga hubungan baik yang terjalin antara *Uber* dengan para *driver* agar kerjasama tetap berjalan dengan harmonis dan mencegah permasalahan yang terjadi menjadi sebuah krisis perusahaan. Dengan demikian, penting untuk dikaji peranan humas pada perusahaan transportasi online *Uber* di Bali dalam menjaga hubungan dengan *driver*.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Pustaka

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka dalam penelitian ini didapat sumber pustaka yang dipandang relevan untuk menemukan aspek kebaruan dalam penelitian. Adapun penelitian tersebut antara lain: Penelitian pertama yang digunakan sebagai kajian pustaka adalah skripsi oleh Adelina Arumsari pada tahun 2011 mengenai Strategi *Corporate Public Relations* Perusahaan Dalam Rangka Membina Hubungan dengan *Stakeholders* di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung.

Penelitian yang kedua digunakan sebagai kajian pustaka adalah penelitian oleh Ayu Ardillah Anwar pada tahun 2013 mengenai Analisis Perspektif *Stakeholders* Terhadap Implementasi *Corporate Social Responsibility (CSR)* Studi Kasus pada PT. Samsung Electronics Indonesia di FEB Universitas Hassanudin Makasar.

Penelitian yang ketiga digunakan sebagai kajian pustaka adalah penelitian oleh Pusa Kurniawan tahun 2012 mengenai Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Mengembangkan dan Mempertahankan *Stakeholders* di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta.

2.2 Kerangka Konseptual

2.2.1 Public Relations

Menurut Scott M. Cutlip, Aleen H. Center, dan Glen M. Broom (2000: 11) menyatakan bahwa *PR* merupakan fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan baik serta bermanfaat antara organisasi dengan publik yang mempengaruhi kesuksesan atau kegagalan dari organisasi tersebut.

Peran *PR* dibagi menjadi empat kategori (Dozier dan Broom, 2007), yaitu:

a. *Expert Prescriber*,

PR memiliki peranan dalam membantu untuk mencari solusi dalam pemecahan masalah dengan publiknya, sehingga pihak manajemen akan menerima dan mempercayai apa yang telah disarankan oleh ahli *PR*.

b. *Communication Fasilitator*,

PR bertindak sebagai mediator untuk membantu pihak manajemen dalam mendengar apa yang diinginkan serta diharapkan oleh publiknya, dan dapat menjelaskan kembali keinginan, kebijakan dan harapan organisasi kepada publiknya.

c. *Problem Solving Process Fasilitator*,

PR berperan dalam proses pemecahan masalah yang membantu pimpinan organisasi baik sebagai penasihat (*adviser*) dan mengambil keputusan (*decision maker*) dalam mengatasi permasalahan atau krisis yang tengah dihadapi.

d. *Communication Technician*,

PR memiliki layanan teknis komunikasi atau *method of communication* dan sistem komunikasi dalam organisasi sesuai dengan bagian atau tingkatan (*level*), yang digunakan dari tingkat pimpinan dengan bawahan, dan akan berbeda dari bawahan ke atasan.

2.2.2 Stakeholders Perusahaan

Menurut Budimanta, dkk (2008), terdapat dua bentuk pendekatan *stakeholder*, yaitu:

1. *old-corporate relation*
2. *new-corporate relation*.

Stakeholder theory menurut Freeman (1983) dalam Susanto dan Tarigan (2013)

memperkenalkan konsep *stakeholder* dalam dua model yaitu:

1. model kebijakan dan perencanaan bisnis
2. model tanggung jawab sosial perusahaan dari manajemen *stakeholder*.

Dari perspektif *public relations, stakeholder theory* mencari identitas dan mengelola macam-macam kebutuhan, nilai-nilai dan kepentingan berbagai *stakeholder* serta potensi ketegangan komunikasi antar kelompok.

3. METODELOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini diklasifikasikan ke dalam penelitian kualitatif yang bertujuan untuk mengetahui peranan *public relations* yang dimiliki oleh *Uber* Bali dalam menjaga hubungan dengan para *driver* ditengah permasalahan yang sedang menimpa *Uber* Bali agar tidak menjadi sebuah krisis manajemen, dan penelitian ini menggunakan paradigma *post-positivisme* yang bersifat eksperimental.

3.2 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini berupa:

- a. Data primer yaitu data yang diperoleh dari narasumber yang merupakan humas pada *Uber* Bali dan *driver Uber* Bali
- b. Data sekunder yaitu data yang didapat dengan mengutip dari sumber lain yang untuk melengkapi data primer.

3.3. Unit Analisis

Unit analisis dalam penelitian ini merupakan organisasi, yaitu *Uber* Bali.

3.4 Teknik Penentuan Informan

Teknik penentuan informan menggunakan metode *purposive sampling*. Adapun informan yang telah ditentukan dalam penelitian ini adalah Putu Ngurah Wayushantika dan Aurelius Wisnu Darma selaku humas *Uber* Bali. Beliau dianggap dapat menjadi informan karena beliau merupakan seorang yang berkaitan dengan permasalahan yang terdapat dalam penelitian ini dan berwenang untuk memberikan informasi mengenai perencanaan dan peranan humas yang dimiliki oleh *Uber* Bali dalam menjaga hubungan dengan para *stakeholders*. Informan dari pihak *driver* selaku *stakeholders* *Uber* Bali juga telah ditentukan dalam penelitian ini, yaitu Wayan Mudita selaku pihak ketiga yang ditunjuk oleh humas *Uber* Bali sebagai *problem solver*, Achmad Yani Ibrahim dan Tomy Harsono selaku *driver* *Uber* Bali. Beliau dianggap dapat menjadi informan karena beliau merupakan orang yang berkaitan langsung dengan pihak *Uber* Bali saat terjadi sebuah permasalahan, baik mengenai sistem maupun permasalahan di lapangan.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Peneliti melakukan pengamatan langsung pada objek penelitian, yaitu aktivitas humas *Uber* Bali. Peneliti akan mengamati kegiatan apa saja yang dilakukan oleh humas *Uber* Bali dalam menjaga hubungan kerjasama dengan *driver*, serta mengobservasi keterkaitan dan efek yang muncul apabila

hubungan kerjasama tidak berjalan dengan baik. Hal ini penting untuk dilakukan karena dapat diketahui data secara akurat, bagaimana pihak *Uber* berupaya dalam menjaga hubungan baik dengan para *driver*.

b. Wawancara

Peneliti akan melakukan percakapan dengan narasumber yang berkaitan langsung dengan permasalahan untuk memperoleh informasi yang lebih objektif. Dalam hal ini subyek sebagai sumber yang diwawancarai adalah humas *Uber* Bali yang berwenang untuk memberikan informasi mengenai peranan humas yang dimiliki dalam menjaga hubungan kerjasama dengan *driver*.

c. Studi Dokumentasi

Studi dokumentasi yang akan dilakukan oleh peneliti berupa foto atau gambar sebagai bukti dalam melaksanakan penelitian yang berkaitan dengan kegiatan yang berkaitan dengan kegiatan humas *Uber* Bali dalam menjaga hubungan kerjasama dengan para *driver*.

3.6 Teknik Analisis Data

Peneliti menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif dan menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif untuk menjawab rumusan masalah yang terdapat dalam penelitian ini. Peneliti akan memaparkan, menelaah, dan menjelaskan secara naratif data yang didapatkan mengenai peranan humas yang digunakan oleh humas *Uber* Bali dalam menjaga hubungan dengan *driver*.

3.7 Teknik Penyajian Data

Penelitian ini akan disajikan dalam bentuk teks yang bersifat deskriptif atau naratif.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Temuan

Pada *Uber* Bali terdapat dua orang humas bernama Putu Ngurah Wayushantika dan Aurelius Wisnu Dharma. Humas *Uber* Bali tersebut memiliki peranan, diantaranya adalah:

1. Menjalin hubungan baik dengan driver

Humas *Uber* mengadakan berbagai kegiatan guna menjaga hubungan baik dengan relasi, salah satunya adalah dengan *driver*. Humas dan *driver operation manager* menggelar pertemuan di kantor *Uber* Bali seminggu sekali untuk menjelaskan mengenai cara kerja aplikasi *Uber* sekaligus *training* untuk *driver* yang baru bergabung dan sesi tanya jawab apabila ada kendala di lapangan saat beroperasi, permasalahan dengan penumpang atau pun pada aplikasi.

2. Mengelola keadaan darurat

Uber Bali bekerjasama dengan pihak terkait yang dianggap mempunyai wewenang di masing-masing daerah pengoperasian taksi online *Uber*. Dalam hal ini *Uber* Bali melakukan pendekatan persuasif guna mengetahui pihak mana saja yang dapat dipercaya untuk bekerjasama. Di wilayah Bali, pihak *Uber* Bali bekerja sama dengan pihak ketiga untuk menangani permasalahan di lapangan. Pihak ketiga tersebut adalah Wayan Mudita yang merupakan koordinator lapangan dari koperasi serba usaha Asep Bali sebagai pihak

penyelenggara angkutan umum dari *Uber* Bali.

Wewenang pihak ketiga ini sangat diperlukan guna menyelesaikan permasalahan di lapangan mengingat pihak taksi konvensional secara terang-terangan menolak keberadaan *Uber* Bali sebagai taksi online. Fungsi pihak ketiga tersebut adalah sebagai penengah agar tidak terjadi benturan yang terlalu keras, semisal benturan fisik di lapangan.

Opsi tawar tersebut merupakan kesepakatan yang dilakukan antara pihak *Uber* Bali dengan taksi konvensional Bandara Ngurah Rai yaitu Ngurah Rai taksi melalui Bapak Wayan Mudita. Namun, kesepakatan ini merupakan kesepakatan yang tidak tertulis secara sah karena hanya dengan pendekatan persuasif dan belum adanya peraturan dari pemerintah tentang daerah pengoperasian taksi online yang dibatasi atau daerah khusus untuk taksi online sehingga apabila *Uber* Bali beroperasi di mana pun secara peraturan adalah sah dan tidak ada larangan mengingat izin dan undang-undang pengoperasian taksi online di wilayah Indonesia sudah resmi dikeluarkan.

Jadi, dengan adanya pihak ketiga yaitu dalam hal ini Wayan Mudita, selaku pihak yang dipercaya oleh *Uber* Bali untuk menangani permasalahan di lapangan, hubungan antara *Uber* Bali dengan *driver* dapat tetap terjaga dengan baik dan tentunya yang terpenting adalah *driver Uber* menjadi merasa lebih aman dalam bekerja di lapangan.

3. Marketing

Humas *Uber* Bali memiliki peran untuk menjalankan fungsi marketing, seperti memberitahu konsumen mengenai bagaimana aplikasi mereka bekerja, dan promo apa yang sedang ditawarkan.

Uber Bali memasarkan produk mereka melalui media sosial seperti *Facebook* dan *Instagram*. Dalam hal ini, humas mengelola akun *Facebook Uber* Bali dengan nama *UBER Bali* untuk memberikan informasi mengenai promo-promo yang saat ini sedang ditawarkan dan juga informasi atau cara pendaftaran untuk bergabung menjadi mitra *Uber*.

Sedangkan pada media sosial *Instagram*, humas melakukan tawaran kerjasama untuk mempromosikan *Uber* di Bali dengan menghubungi beberapa orang dengan *followers* diatas sepuluh ribu dan memiliki *feeds* yang menarik atau biasa disebut dengan *influencer*. *Influencer* akan diminta untuk mengunggah dua foto sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan dalam dua minggu. Foto tersebut akan menggunakan keterangan kode promo yang telah ditentukan untuk menawarkan perjalanan gratis atau mendapatkan potongan tarif saat menggunakan *Uber* untuk setiap *followers* yang dimiliki. Pihak *Uber* akan memberikan *Uber Credit* senilai Rp. 1.000.000 kepada *influencer*.

4. Menggelar Event dan Melakukan Campaign

Humas *Uber* memiliki peran untuk menggelar suatu *event* atau membuat *campaign* untuk melakukan suatu gerakan. *Uber* akan menggelar *event* sekaligus

promo pada hari-hari spesial tertentu, misalnya saat hari Valentine, hari Ibu, dan lain sebagainya. Fungsi humas *Uber* ini juga dilakukan pada Humas *Uber* Bali.

4.2. Analisis Temuan

Dari analisis yang telah dijabarkan mengenai peranan humas menurut Dozier dan Broom, humas *Uber* Bali hanya berperan sebagai *expert prescriber* dan *communication fasilitator*. Humas *Uber* Bali tidak menjalankan perannya sebagai *problem solving process fasilitator*, dimana peran tersebut merupakan peranan yang sangat penting untuk menjaga hubungan dengan *driver*. Humas hanya berperan sebagai corong atau penghubung antara *driver* dengan *Uber* pusat atau *driver* dengan Wayan Mudita sebagai pihak ketiga yang turun langsung untuk menyelesaikan permasalahan yang terjadi di lapangan.

Dalam hal ini, peran *problem solving process fasilitator* dijalankan oleh Wayan Mudita yang turun langsung untuk menyelesaikan permasalahan yang terjadi di lapangan dan *Uber* pusat dalam mengganti kerugian yang dialami oleh *driver* akibat tindakan penolakan. Permasalahan-permasalahan yang dialami oleh *driver* ditanggapi dan diatasi dengan cepat oleh pihak-pihak tersebut. Peran *communication technician pun* tidak dilakukan oleh humas *Uber* Bali karena tidak memiliki sistem komunikasi tertentu dalam organisasi sesuai dengan tingkatan.

Jadi dapat disimpulkan bahwa upaya dalam menjaga hubungan *driver* tidak dijalankan dengan baik oleh humas *Uber* Bali, melainkan oleh *driver operation manager* dan pihak *Uber* pusat yang menindaklanjuti dan

menangani permasalahan yang dihadapi oleh *driver* sebagai salah satu *stakeholders*.

5. KESIMPULAN

5.1. Kesimpulan

Dari penelitian yang dilakukan mengenai peranan humas *Uber* Bali dalam menjaga hubungan dengan *driver* dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Sejak kemunculannya di Bali, *Uber* mengalami penolakan untuk dapat beroperasi di beberapa daerah pariwisata oleh aliansi sopir transportasi lokal dan sopir taksi konvensional. Adanya penolakan dan *sweeping* yang dilakukan, membuat *driver Uber* merasa tidak aman dan mengalami kendala saat beroperasi.
2. Humas *Uber* Bali memiliki peranan dalam menjaga hubungan dengan *driver* sebagai salah satu *stakeholders*. Diantaranya mengelola keadaan darurat yang terjadi, menjadi penghubung atau menjembatani *driver* dengan *Uber* pusat apabila terjadi permasalahan hingga mengalami kerugian, dan menyelenggarakan sesi *sharing* atau tanya jawab dengan para *driver*.
3. Berdasarkan konsep peran humas Dozier dan Broom, humas *Uber* Bali hanya melakukan peranan humas sebagai *expert prescriber* dan *communication fasilitator*. Humas *Uber* tidak menjalankan peran *problem solving process fasilitator* sebagai salah satu peranan terpenting dalam menjaga hubungan dengan *driver*. Peranan tersebut dilakukan oleh Wayan Mudita

yang merupakan koordinator lapangan KSU ASEP Bali sebagai penyelenggara angkutan umum untuk menyelesaikan permasalahan di lapangan, *driver operation manager* dalam menindaklanjuti keluhan dari *driver*, dan pihak *Uber* pusat dalam penggantian kerugian yang dialami akibat tindakan penolakan oleh *driver*.

4. Adapun konsep *stakeholders* menurut Freeman (1983), *Uber* dan *driver* tentunya saling mempengaruhi hubungan kerjasama satu sama lain. Walaupun diketahui terdapat permasalahan, *driver Uber* tetap bertahan karena penghasilan yang menjanjikan setiap minggunya. Upaya dalam menjaga hubungan dengan *driver* tidak dijalankan dengan baik oleh humas *Uber* Bali, melainkan oleh pihak *Uber* pusat yang menindaklanjuti dan menangani permasalahan yang dihadapi oleh *driver* sebagai salah satu *stakeholders*.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai peran Humas *Uber* Bali dalam menjaga hubungan dengan *driver*, terdapat beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi masukan untuk pihak-pihak terkait, di antaranya:

1. Humas *Uber* Bali diharapkan dapat melakukan peranan dalam proses pemecahan masalah atau dapat turun langsung ke lapangan untuk menangani permasalahan yang terjadi. Peran ini semestinya sangat strategis dilakukan oleh humas, karena humas dapat

langsung mengetahui kendala apa yang dialami, sehingga apabila *driver* mengalami kerugian akibat permasalahan tersebut humas dapat memberikan penyelesaian atau bertindak sebagai *problem solver*. Humas juga diharapkan dapat menyarankan *driver* untuk tidak beroperasi di daerah yang memiliki larangan beroperasi untuk meminimalisir tindakan penolakan yang dilakukan kepada *driver*.

2. Penanaman pengetahuan dan kesadaran akan peran humas dalam internal organisasi perlu ditingkatkan, agar tidak terjadi *gaps* dengan *stakeholders*, sehingga dalam melakukan komunikasi dan koordinasi dapat lebih lancar dan nyaman.
3. Bagi peneliti selanjutnya, apabila melakukan penelitian pada objek-objek yang sama, hendaknya dilakukan evaluasi bagi perusahaan bersangkutan sehingga dapat digunakan untuk studi kehumasan berikutnya.

6. DAFTAR PUSTAKA

Cutlip, Scott M. Center, Allen H; Broom, Glen M. 2000. *Effective Public Relations*. New Jersey: Prentice Hall International

Effendy, Onong Uchjana. 1998. Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek. Bandung: Remaja Rosdakarya

Kasali, Rhenald. 1994. *Manajemen Public Relations, Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti

Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group

Rumanti, Maria Assumpta. 2002. *Dasar - Dasar Public Relations Teori dan Praktik*. Jakarta: Gramedia

Ruslan, Rosady. 2007. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada

Smith, Ronald D. 2013. *Strategic Planning for Public Relations*. New York: Routledge

Soemirat, Soleh. 2002. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: Remaja Rosdakarya

Jurnal:

Adelina Arumsari, 2013. "Strategi *Corporate Public Relations* Perusahaan Dalam Rangka Membina Hubungan Dengan *Stakeholder*". *Skripsi*. Fakultas Ilmu Komunikasi. Universitas Islam Bandung

Ayu Ardhillah Anwar, 2013. "Analisis Perspektif *Stakeholder* Terhadap Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) Studi Kasus pada PT. Samsung Electronics Indonesia". *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Hassanudin Makassar

Pusa Kurniawan, 2012. "Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Mengembangkan dan Mempertahankan *Stakeholder* (Studi Deskriptif Kualitatif tentang Strategi Komunikasi Pemasaran Wisata Berbasis Edukasi di Balai Informasi dan Konservasi Kebumian – Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (BIKK – LIPI) Karangsambung, Kebumen Periode 2010 dalam Mengembangkan dan Mempertahankan *Stakeholder*)". *Skripsi*. Prodi Ilmu Komunikasi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Sebelas Maret Surakarta

Web:

<http://radarbali.jawapos.com/read/2016/09/29/6647/alstar-ancam-sweeping-taxi-online-ini-respon-pemprov-bali/1> (diakses pada 06 Oktober 2016 pukul 18:37)

<http://regional.liputan6.com/read/2477637/petugas-sweeping-taksi-uber-dan-grabcar-di-bali>
(diakses pada 06 Oktober 2016 pukul 18:38)

<http://regional.kompas.com/read/2016/10/26/11110061/tuntut.pencabutan.larangan.angkutan.online.ratusan.sopir.di.bali.berdemo>
(diakses 29 November 2016 pukul 21:06)

<http://news.okezone.com/read/2017/01/10/340/1587624/ratusan-sopir-di-bali-demo-tuntut-taksi-online-ditutup> (diakses pada 20 Februari 2017 pukul 20:46)