

PERKEMBANGAN LAYANAN TRANSPORTASI MASYARAKAT DI ERA DIGITAL (STUDI TENTANG OJEK ONLINE "GO-JEK" DI BANJARMASIN)

Della Arisanty¹, Lea Emilia Farida²

Politeknik Negeri Banjarmasin¹

dellaarisanty2000@gmail.com¹

Politeknik Negeri Banjarmasin²

leaemilia@akuntansipoliban.ac.id²

ABSTRACT

In entering the era of globalization, can not be separated from the role of ICT (Information and Communication Technology) which has a major influence on the development of the world. The development of information technology that has happened so quickly has changed the lifestyle of the people. Where there are now many online-based businesses that have emerged by utilizing the development of communication technology. One such business is the GO-JEK application by providing online transportation service providers.

With the presence of these applications can provide convenience and practicality for its users. In addition, the merger of transportation services that are connected to internet facilities so that people can easily place an order, find out the transportation costs based on the destination and can identify the identity of the driver we ordered that can minimize the risk of security. This made a new breakthrough in the world of transportation service providers. By utilizing innovative information and communication technology, it can benefit various parties and is expected to be more developed and can continue to innovate so as to help the community in a better direction.

By using a heuristic qualitative research approach with the object of research, namely PT. Gojek Indonesia, then get the results of in-depth research on the development of communication in the business world. The results of this study will provide a new concept of innovation in the application of transportation services that can provide changes to the lifestyle of the community.

Keywords: *technology, GO-JEK, innovation, lifestyle*

ABSTRAK

Dalam memasuki era globalisasi, tak terlepas dari adanya peranan ICT (*Information and Communication Technology*) yang memberikan pengaruh besar terhadap perkembangan dunia. Perkembangan teknologi informasi yang terjadi begitu cepat telah mengubah pola hidup masyarakat. Dimana saat ini sudah banyak muncul bisnis yang berbasis *online* dengan memanfaatkan perkembangan teknologi komunikasi. Salah satu bisnis tersebut yaitu aplikasi GO-JEK dengan menyediakan layanan penyedia jasa transportasi secara *online*.

Dengan hadirnya aplikasi tersebut dapat memberikan kemudahan dan kepraktisan bagi para penggunanya. Selain itu, penggabungan antara layanan transportasi yang terhubung dengan fasilitas internet sehingga masyarakat bisa dengan mudah untuk melakukan pemesanan, mengetahui biaya transportasi berdasarkan lokasi tujuan dan dapat mengidentifikasi identitas *driver* yang kita pesan yang dapat meminimalisir risiko yang terjadi di dalam hal keamanan. Hal itu membuat terobosan baru di dalam dunia bisnis penyedia jasa

transportasi. Dengan pemanfaatan ICT yang inovatif, dapat menguntungkan berbagai pihak dan diharapkan semakin berkembang dan dapat terus berinovasi sehingga membantu masyarakat ke arah yang lebih baik lagi.

Dengan menggunakan pendekatan penelitian kualitatif yang heuristik dengan objek penelitian yaitu PT. Gojek Indonesia, maka di dapatkan hasil penelitian secara mendalam tentang perkembangan komunikasi dalam dunia bisnis. Hasil penelitian ini akan memberikan konsep inovasi baru dalam penerapan jasa transportasi yang dapat memberikan perubahan pada pola hidup masyarakat.

Kata Kunci: teknologi, GO-JEK, inovasi, pola hidup

PENDAHULUAN

Fakta berbicara bahwa teknologi telah membuat berbagai perubahan dalam perkembangan dunia bisnis, teknologi informasi banyak dimanfaatkan oleh para pelaku bisnis untuk mendukung kegiatan bisnisnya serta mendapatkan profit yang diinginkan. Sehingga lahirlah para kompetitor baru dengan berbagai inovasi yang unggul, hingga hadirnya model bisnis baru yang berbasis teknologi. Pada era globalisasi ini, teknologi memegang peranan yang sangat vital, karena tidak hanya sebagai pelengkap dalam kegiatan bisnis, namun juga sebagai fundamental bisnis yang terus berkembang serta mampu berkompetensi menghadapi tantangan di dunia bisnis. Peran teknologi semakin memengaruhi proses bisnis. Bisnis akan semakin efisien dan efektif menjangkau pasar yang lebih luas sehingga menjadi infrastruktur yang mendukung kelancaran proses bisnis.

Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia yang dilaksanakan selama tahun 2016, mengidentifikasikan bahwa sebanyak 132,7 juta jiwa masyarakat di Indonesia telah menggunakan internet dari total keseluruhan populasi penduduk Indonesia sebanyak 256,2 juta jiwa. Hal tersebut menyimpulkan bahwa pengguna web berbasis *mobile* membuka peluang bisnis yang sangat menggairahkan.

GO-JEK adalah perusahaan teknologi dengan misi sosial untuk meningkatkan kesejahteraan dan mata pencaharian pekerja di berbagai sektor informal di Indonesia. Pengemudi GO-JEK sejak bergabung dengan GO-JEK sebagai mitra, mereka telah melihat peningkatan pendapatan mereka dan menjangkau lebih banyak pelanggan melalui aplikasi ini. Mereka juga memiliki akses ke asuransi kesehatan dan kecelakaan, layanan keuangan dan asuransi, serta pembayaran otomatis yang terjangkau dan banyak manfaat lainnya

GO-JEK kini telah beroperasi di 50 kota seluruh Indonesia, termasuk Bali, Balikpapan, Banda Aceh, Bandar Lampung, Bandung, Banjarmasin, Banyuwangi, Batam, Belitung, Bukittinggi, Cilacap, Cirebon, Garut, Gresik, Jakarta, Jambi, Jember, Karawang, Kediri, Madiun, Madura, Magelang, Makassar, Malang, Manado, Mataram, Medan, Mojokerto, Padang, Palembang, Pasuruan, Pekalongan, Pekanbaru, Pematang Siantar, Pontianak, Probolinggo, Purwakarta, Purwokerto, Salatiga, Samarinda, Semarang, Serang, Sidoarjo, Solo, Sukabumi, Sumedang, Surabaya, Tasikmalaya, Tegal, dan Yogyakarta, dengan lebih banyak kota untuk diikuti tahun-tahun mendatang.

Kehadiran aplikasi GO-JEK beberapa tahun terakhir ini telah mengubah pola hidup masyarakat Indonesia, karena berkat bisnis GO-JEK yang berkembang ke

penyediaan berbagai jasa mulai dari transportasi hingga *food delivery*. Saat ini pengguna aktif GO-JEK telah mencapai angka 10 juta pengguna. Oleh karenanya, kompetisi dalam merebut pasar transportasi berbasis aplikasi *online* pun mulai kian terasa, dimana bisnis ini mengandalkan kemudahan dan kepraktisan dalam pemakaiannya.

Bermula di tahun 2010 sebagai perusahaan transportasi roda dua melalui panggilan telepon, GO-JEK kini telah tumbuh menjadi *on-demand mobile platform* dan aplikasi terdepan yang menyediakan berbagai layanan lengkap mulai dari transportasi, logistik, pembayaran, layan-antar makanan, dan berbagai layanan *on-demand* lainnya. Dengan bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan pekerja di berbagai sektor informal di Indonesia. Kegiatan GO-JEK bertumpu pada tiga nilai pokok yaitu, kecepatan, inovasi, dan dampak sosial. GO-JEK melayani dengan cepat dan terus belajar dan berkembang dari pengalaman, juga terus menawarkan teknologi baru untuk mempermudah aktivitas masyarakat, serta dapat memberikan dampak positif sosial sebesar-besarnya untuk masyarakat Indonesia.

Dengan berbagai kelebihan dan inovasi baru yang ditawarkan pada aplikasi GO-JEK ternyata memberikan dampak perubahan pada kehidupan masyarakat dengan signifikan. Bisnis yang mengkolaborasikan antara penyediaan jasa layanan transportasi dengan teknologi komunikasi dan informasi ini memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk memesan transportasi ojek dimanapun dan kapan pun pengguna tersebut berada.

Sebelum adanya kehadiran GO-JEK, masyarakat melakukan pemesanan transportasi umum secara konvensional. Hingga hadirnya aplikasi GO-JEK ini ditengah masyarakat dan merubah kebiasaan mereka. Kini, masyarakat dapat dengan mudah untuk melakukan pemesanan secara *online*. Disamping kemudahannya yang mudah untuk diakses, aplikasi GO-JEK juga aman dikarenakan masyarakat dapat mengetahui *driver* yang mereka pesan. Sehingga dapat meminimalisir rasa kekhawatiran masyarakat dengan keamanan transportasi umum.

Adanya aplikasi GO-JEK ini telah merubah pola pikir masyarakat mengenai tukang ojek. Dulu masyarakat hanya menganggap sebelah mata tentang pekerjaan ojek, namun kini banyak masyarakat yang tertarik untuk bergabung dengan GO-JEK. Banyak dari masyarakat yang menjadikan perkerjaan ini sebagai pekerjaan sampingan, bahkan ada beberapa dari mereka yang menjadikan pekerjaan ini sebagai pekerjaan utama dikarenakan sekarang ini masyarakat lebih memilih ojek *online* dibanding ojek konvensional.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, metode penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif, yaitu penelitian yang dilakukan untuk mengetahui dan mampu untuk menjelaskan tentang perkembangan layanan transportasi "Go-JEK" di wilayah Banjarmasin. Variabel penelitian dalam penelitian ini adalah perkembangan layanan transportasi masyarakat yaitu ojek online "GOJEK" yang ada di wilayah Banjarmasin. Objek penelitian ini difokuskan pada perusahaan ojek *online* terbesar

di Indonesia yaitu PT. Gojek Indonesia, karena banyaknya masyarakat yang menggunakan transportasi ojek *online* dari perusahaan tersebut.

Data dalam penelitian ini diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 200 responden pengguna aplikasi GO-JEK yang berada di wilayah Banjarmasin. Serta mendapatkan informasi dengan metode dokumentasi pada beberapa situs resmi, seperti <https://www.go-jek.com> dan <https://www.apjii.or.id/survei> serta web resmi lain yang relevan. Penulis melakukan studi pustaka dengan mempelajari artikel tentang GO-JEK untuk mempertajam dan memperdalam hasil penelitian. Berikut adalah kuesioner yang digunakan untuk diisi oleh pengguna ojek *online* dengan mengisi pilihan jawaban yang sesuai menurut pengguna :

Tabel 1. Kuesioner Untuk Pengguna Ojek *Online*

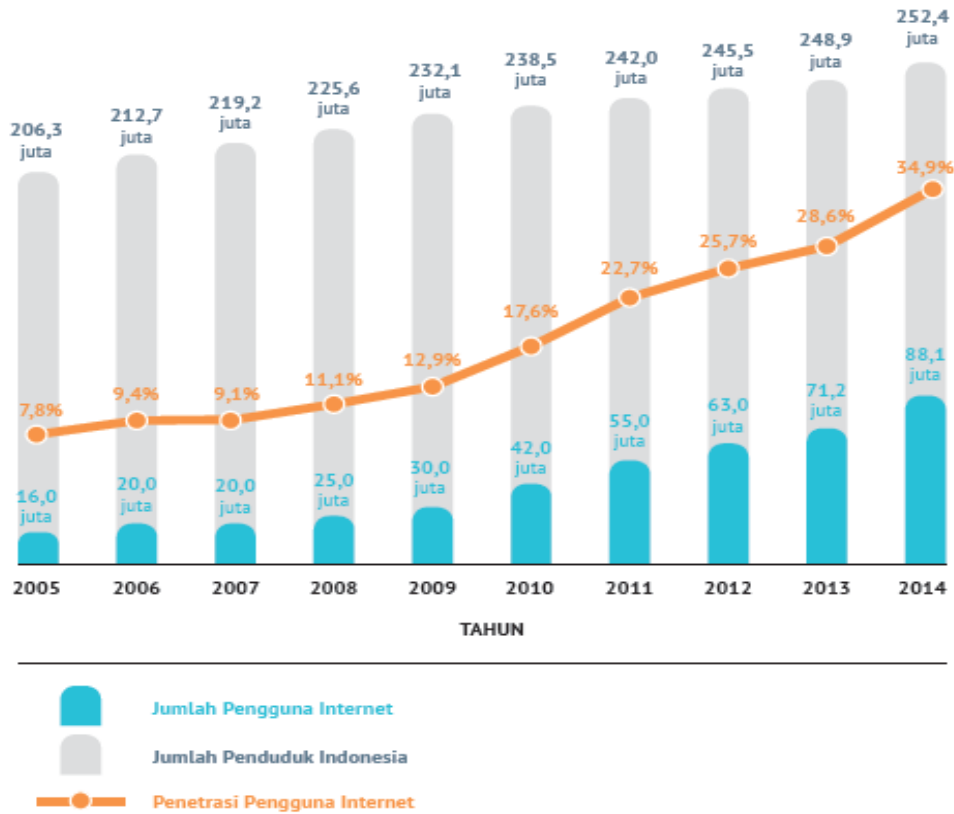
| No | Pertanyaan | Jawaban |
|----|---|------------|
| 1. | Apakah anda merasa masalah dalam bidang transportasi terbantu dengan adanya ojek <i>online</i> ? | Ya / Tidak |
| 2. | Apakah aplikasi yang digunakan untuk pemesanan ojek <i>online</i> mudah digunakan dan bermanfaat? | Ya / Tidak |
| 3. | Apakah pelayanan ojek <i>online</i> lebih baik dengan layanan ojek biasa/ konvensional ? | Ya / Tidak |
| 4. | Apakah tarif ojek <i>online</i> sesuai dengan layanan yang anda terima? | Ya / Tidak |
| 5. | Apakah anda lebih menyukai layanan ojek online dibandingkan dengan ojek konvensional ? | Ya / Tidak |

Sumber: Septanto H. 2016. Bina Insani ICT Journal.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Inovasi layanan transportasi masyarakat dengan adanya teknologi komunikasi di era modernisasi menggabungkan antara transportasi umum (ojek) dengan penggunaan teknologi komunikasi (internet). Sebuah inovasi dimana masyarakat dapat memesan ojek dengan menggunakan aplikasi yang terhubung dengan internet. Dengan hadirnya inovasi ini dapat menjawab solusi pada masyarakat untuk meningkatkan kenyamanan masyarakat dalam hal transportasi sehingga masyarakat tidak perlu khawatir tentang jaminan keamanan. Karena masyarakat bisa mengetahui siapa yang akan menjadi *driver* ojek pesannya, juga dilengkapi dengan data pribadi *driver*.

Berdasarkan data survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) dan Pusat Kajian Komunikasi (PusKoKam) Universitas Indonesia tahun 2014 diperoleh informasi tentang jumlah pengguna internet di Indonesia periode tahun 2005 sampai tahun 2014, seperti digambarkan pada gambar 1.



Gambar 1. Jumlah Pengguna Internet di Indonesia Periode tahun 2005 sampai tahun 2014

Sumber : Data Survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) dan Pusat Kajian Komunikasi (PusKoKam) Universitas Indonesia

Tabel 2. Penetrasi Pengguna Internet Indonesia Tahun 2016

| Wilayah | Jumlah Pengguna |
|------------------|-----------------|
| Sumatera | 20.752.185 jiwa |
| Jawa | 86.339.350 jiwa |
| Bali dan Nusa | 6.148.796 jiwa |
| Kalimantan | 7.685.992 jiwa |
| Sulawesi | 8.454.592 jiwa |
| Maluku dan Papua | 3.330.596 jiwa |

Sumber : Data Survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) dan Pusat Kajian Komunikasi (PusKoKam) Universitas Indonesia

Berdasarkan survei yang dilakukan oleh APJII dan PusKoKam Universitas Indonesia tersebut terdapat 132.711.511 juta jiwa pengguna internet dari total keseluruhan penduduk di Indonesia sebanyak 256,2 juta pada tahun 2016. Artinya 51,79% penduduk Indonesia merupakan pengguna internet. Banyaknya pengguna

internet di Indonesia ini membuka peluang bisnis yang dimanfaatkan oleh PT. Gojek Indonesia melalui aplikasi GO-JEK untuk pemesanan gojek *online*.

Data dalam penelitian ini diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 200 responden pengguna aplikasi GO-JEK yang berada di wilayah Banjarmasin. Hasil jawaban kuesioner untuk 200 responden tersebut berdasarkan pertanyaan-pertanyaan dari tabel 1, disajikan pada tabel 3 berikut ini :

Tabel 3. Jawaban Kuesioner Untuk Pengguna Ojek Online

| No | Pertanyaan | Jawaban |
|----|---|---|
| 1. | Apakah anda merasa masalah dalam bidang transportasi terbantu dengan adanya ojek <i>online</i> ? | 92,5% menjawab Ya, dan 7,5% menjawab Tidak |
| 2. | Apakah aplikasi yang digunakan untuk pemesanan ojek <i>online</i> mudah digunakan dan bermanfaat? | 99,5% menjawab Ya, dan 0,5% menjawab Tidak |
| 3. | Apakah pelayanan ojek <i>online</i> lebih baik dengan layanan ojek biasa/ konvensional? | 94% menjawab Ya, dan 6% menjawab Tidak |
| 4. | Apakah tarif ojek <i>online</i> sesuai dengan layanan yang anda terima? | 94,5% menjawab Ya, dan 5,5% menjawab Tidak |
| 5. | Apakah anda lebih menyukai layanan ojek <i>online</i> dibandingkan dengan ojek konvensional? | 95,5% menjawab Ya, dan 4,5% menjawab Tidak |

Sumber : Data diolah oleh Penulis

Pertanyaan pertama yang diberikan kepada 200 responden pengguna aplikasi ojek *online* sebanyak 92,5% menjawab “Ya”, artinya responden merasa masalah dalam bidang transportasi terbantu dengan adanya ojek *online*. Hal ini membuktikan bahwa dengan adanya teknologi dapat mempermudah dan mampu mengefisiensi waktu dan tenaga manusia.

Untuk pertanyaan kedua, sebanyak 99,5% responden menjawab “Ya”, artinya aplikasi yang digunakan untuk pemesanan ojek *online* mudah digunakan dan bermanfaat. Hal ini mengidentifikasi masyarakat dari segala kalangan sebagian besar mampu menggunakan aplikasinya dengan mudah dan terbantu dengan adanya ojek *online*. Masyarakat hanya cukup memesan dan menunggu di rumah untuk menggunakan jasa ojek, dan tidak perlu lagi untuk mencari ojek keluar rumah, sehingga bisa mengatasi permasalahan masyarakat di bidang transportasi.

Pertanyaan ketiga yang diberikan menghasilkan jawaban sebanyak 94% jawaban “Ya”, artinya pelayanan ojek *online* lebih baik dengan layanan ojek biasa/ konvensional. Aplikasi dilengkapi dengan peta lokasi tempat *driver* yang dipesan berada dan perkiraan waktu kedatangan ke lokasi pemesan GO-JEK. Aplikasi pun dilengkapi dengan kuesioner penilaian terhadap layanan driver setelah pemesan GO-JEK sampai ke lokasi tujuan. Pihak pengguna dapat memberikan bintang dari

satu sampai 5 untuk menilai performa dari *driver* yang mengantarnya. Selain itu, juga ada kolom khusus bagi pemesan untuk memberikan komentar atau mengucapkan terimakasih terhadap layanan *driver* GO-JEK. Pengguna GO-JEK juga dapat memberikan reward berupa bonus berupa tambahan uang untuk *driver* yang dibayarkan dengan pemotongan saldo Go-Pay yang dimiliki oleh pengguna GO-JEK.

Sebanyak 94,5% responden menjawab “Ya” untuk pertanyaan keempat, artinya tarif ojek *online* sesuai dengan layanan yang anda terima. Harga ojek *online* dapat dilihat sebelum *driver* tiba di lokasi pemesan, sehingga pemesan GO-JEK dapat membatalkan atau menyepakati pesanan berdasarkan harga yang tertera di aplikasi pada saat order GO-JEK. Harga yang ditawarkan cenderung lebih murah dibandingkan ojek konvensional. Bahkan sering kali GO-JEK banyak menawarkan berbagai penawaran promo, sehingga bisa menarik minat masyarakat. Harga pun diberikan diskon untuk pengguna aplikasi GOJEK yang menggunakan fasilitas pembayaran secara elektronik yang dinamakan dengan Go-Pay. Sedangkan untuk pertanyaan kelima yang diberikan menghasilkan jawaban “Ya” sebanyak 95,5%, artinya pengguna GO_JEK lebih menyukai layanan ojek *online* dibandingkan dengan ojek konvensional.

Berdasarkan analisa dari kuesioner dan interview didapatkan hasil responden lebih banyak dominan memilih jawaban “Ya” maka terlihat bahwa adanya teknologi komunikasi dan informasi yang berkembang di dalam dunia bisnis transportasi ini membuat perubahan pola kebiasaan masyarakat yang lebih banyak beralih ke ojek *online*, dikarenakan lebih mudah, praktis, dan efisien dalam penggunaannya.

KESIMPULAN

Era masa modern dan digital, tak terlepas dari adanya yang berdampak terhadap hadirnya model bisnis baru yang berbasis teknologi. Salah satunya yaitu aplikasi GO-JEK yang merupakan perusahaan penyedia jasa transportasi. Masyarakat kini dapat dengan mudah untuk mengakses dan memesan jasa ojek di manapun dan kapan pun dengan memiliki aplikasi yang terhubung dengan internet ini. Sebuah inovasi baru dalam bidang teknologi informasi dan komunikasi ini di tengah masyarakat yang mengkolaborasikan antara penyedia jasa transportasi dengan teknologi. Dengan hadirnya inovasi tersebut merubah sistem sosial kebiasaan di masyarakat. Adanya ojek *online* memberikan perubahan yang signifikan sebagai sarana pemesanan transportasi umum yang cepat, aman, dan mudah diakses.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyadari bahwa pengetahuan dan pengalaman dalam menyusun jurnal ini masih sangat terbatas. Namun dengan dukungan dan bantuan serta arahan dari banyak pihak, akhirnya dapat terselesaikan juga. Dalam penyusunan jurnal ini tidak terlepas dukungan dari berbagai pihak. Peneliti secara khusus mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu. Penulis banyak menerima bimbingan, arahan, dan bantuan serta dorongan dari berbagai

pihak, baik yang bersifat moral maupun material. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Allah SWT dengan segala rahmat dan karunia-Nya yang memberikan kekuatan bagi penulis dalam menyelesaikan jurnal ini.
2. Ibu Lea Emilia Farida SE, MM selaku dosen pembimbing, yang telah berkenan membimbing mulai perencanaan sampai dengan selesainya jurnal ini.
3. Kepada seluruh responden yang telah ikut berpartisipasi dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Anindhita W, Arisanty M, Rahmawati D. 2016. *Analisis Penerapan Teknologi Komunikasi Tepat Guna Pada Bisnis Transportasi Ojek Online*, Prosiding Seminar Nasional Indocompac Universitas Bakrie 2 – 3 Mei 2016.
- Deden Hardan G, Andrie Prajanueri Kristianto, Mahmudi, dkk. *Analisis usability system informasi driver pt. GOJEK Indonesia berdasarkan pendekatan evaluasi usability heuristic*. Seminar Nasional Teknologi Informasi dan Multimedia 2018 UNIVERSITAS AMIKOM Yogyakarta, 10Februari 2018.
- Fania Darma, Amajida. *Kreativitas digital dalam masyarakat risiko perkotaan: studi tentang ojek online “GO-JEK” di Jakarta*
<https://www.wikipedia.org/>
<https://apjii.or.id/survei>
<https://www.go-jek.com>
- Oktaviana, Tulus, Lin Yan Syah, Leon Andretti Abdillah. *Analisis Aplikasi Gojek dengan Menggunakan Metode Usability*. Seminar Nasional Teknologi Informasi dan Komunikasi ke-8 (SEMNASTIK2016) Palembang, 20 Agustus 2016
- Septanto, Henri. 2016, *Ekonomi Kreatif dan Inovatif Berbasis TIK ala Gojek dan Grabbike*, Vol. 3, 213-219
- Wulandari, Cindi , Lin Yan Syah, Leon Andretti Abdillah. *Analisa Tingkat Kepuasan Layanan TI (Studi Kasus Pada Aplikasi Gojek)*. Seminar Nasional Teknologi Informasi dan Komunikasi ke-8 (SEMNASTIK2016) Palembang, 2016