

PENGARUH PENERAPAN TERHADAP KINERJA KEUANGAN DALAM PENGGUNAAN APLIKASI GOJEK ONLINE

Putri Octavia¹, Puji isyanto²

mn21.putrisusanto@mhs.ubpkarawang.ac.id¹, puji.isyanto@ubpkarawang.ac.id²

Universitas Buana Perjuangan Karawang

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk penerapan terhadap kinerja keuangan dalam penggunaan aplikasi gojek online. Metode penelitian ini menggunakan kuantitatif, regresi linear. Hasil penelitian ini adalah bahwa aplikasi Gojek Online telah menjadi pilihan utama bagi banyak konsumen di Indonesia dalam konteks transportasi daring. Kesimpulannya adalah Dalam era digital dan industri 4.0, Gojek telah berhasil menjadi pemimpin dalam layanan transportasi daring di Indonesia dengan memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan kecepatan, inovasi, dan dampak sosial. Dengan memahami secara mendalam perilaku konsumen dan adaptasi terhadap perubahan tren, Gojek terus mengoptimalkan strategi pemasaran dan kualitas layanan untuk memenuhi kebutuhan pengguna dengan lebih baik.

Kata Kunci: Kinerja, keuangan, GOJEK

ABSTRACT

The aim of this research is to apply financial performance in using the online Gojek application. This research method uses quantitative, linear regression. The results of this research are that the Gojek Online application has become the main choice for many consumers in Indonesia in the context of online transportation. The conclusion is that in the digital era and industry 4.0, Gojek has succeeded in becoming a leader in online transportation services in Indonesia by utilizing technology to increase speed, innovation and social impact. By deeply understanding consumer behavior and adapting to changing trends, Gojek continues to optimize marketing strategies and service quality to better meet user needs.

Keywords: Performance, finance, GOJEK

PENDAHULUAN

Berdasarkan data dari databooks PT GoTo Gojek Tokopedia Tbk (GOTO) membukukan total nilai transaksi bruto alias gross transaction value (GTV) Rp606,55 triliun sepanjang 2023. Capaian itu turun 1,1% dibanding periode tahun sebelumnya (year-on-year/yoy). Menurut manajemen GoTo, GTV grup mereka sedikit turun karena terdampak pengurangan insentif pemasaran produk. Sepanjang tahun lalu segmen bisnis GoTo di sektor teknologi keuangan alias fintech, yakni GoPay, masih menjadi penopang utama transaksi perusahaan. Pada 2023 nilai transaksi bruto GoPay tercatat naik 5% (yoy) menjadi Rp379,74 triliun.

Menurut George R. Terry (2019), Manajemen adalah suatu kegiatan, pelaksanaannya adalah managing (pengelolaan), sedangkan pelaksanaannya disebut manajer atau pengelola.

Menurut Robbin dan Coulter (2002), manajemen merupakan suatu proses pelaksanaan koordinasi terhadap berbagai kegiatan pekerjaan secara efektif dan efisien dengan dan/atau melalui orang lain.

Menurut Terry (1982) mengartikan manajemen sebagai serangkaian proses unik yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengendalian yang dilaksanakan untuk menetapkan dan mencapai berbagai sasaran yang sudah ditentukan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan berbagai sumber daya lainnya.

Manajemen adalah sesuatu yang dilaksanakan oleh manajer. Manajemen sendiri melibatkan sebuah bentuk koordinasi dan pengawasan untuk pekerjaan orang lain. Menurut Ricky W. Griffin mendefinisikan manajemen sebagai sebuah pengorganisasian, perencanaan, pengoordinasian, dan pengontrolan sumber daya untuk mencapai sasaran secara efektif dan efisien.

Manajemen dalam bahasa Inggris artinya to manage yaitu mengatur atau mengelola. Dalam arti khusus bermakna memimpin dan kepemimpinan, yaitu kegiatan yang dilakukan untuk mengelola lembaga atau organisasi, yaitu memimpin dan menjalankan kepemimpinan dalam organisasi. Orang yang memimpin organisasi disebut manajer.

Manajemen adalah sebuah proses untuk mengatur sesuatu yang dilakukan oleh sekelompok orang atau organisasi untuk mencapai tujuan organisasi tersebut dengan cara bekerja sama memanfaatkan sumber daya yang dimiliki.

Kinerja Keuangan adalah cara seseorang untuk mengelola finansialnya, mulai dari perencanaan, perancangan anggaran, cara menyimpan dana, pengendalian pengeluaran, hingga perlindungan risiko. Tujuannya yakni guna mencapai kestabilan ekonomi di masa depan. Selain itu (Natalia, D. E., Murni, S., & Untu, 2019) berpendapat bahwa manajemen keuangan adalah perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian kegiatan keuangan seperti pengadaan dan pemanfaatan dana usaha. Dengan memiliki manajemen keuangan, perusahaan bisa mengatur aset yang dimiliki untuk memberikan nilai keuntungan. Dengan begitu, kelangsungan perusahaan bisa lebih terjaga baik secara jangka pendek maupun jangka panjang.

KAJIAN TEORI

Dalam era digital yang semakin berkembang, teknologi informasi banyak sekali memudahkan pelaku usaha dalam bisnis. Hal ini sangat membantu pembisnis dalam persaingan, adapun cara lain untuk memberikan nilai dan kepuasan konsumen melalui kualitas layanan dan pemanfaatan teknologi. Pemanfaatan teknologi bukan hanya di bidang komunikasi saja tetapi teknologi dimanfaatkan pada bidang pendidikan, ekonomi, pertanian, keamanan, transportasi dan lain-lain.

Di era industri 4.0 ini masyarakat mempunyai aktifitas yang beragam dan untuk memenuhi aktifitas yang beragam masyarakat membutuhkan transportasi sebagai penunjang atau bantu dalam menjalankan aktifitas sehari-hari. Kebutuhan transportasi juga sangat penting bagi masyarakat saat ini, yaitu untuk memperlancar kegiatan mereka agar mudah, cepat, dan aman. Saat ini perusahaan yang bergerak di bidang transportasi berinovasi untuk mengembangkan transportasi khususnya roda empat (mobil) dan roda dua (motor). Oleh karena itu, perusahaan jasa transportasi berlomba-lomba untuk menarik konsumen dengan peningkatan pelayanan, kemudahan dalam pemesanan, kenyamanan armada, ketepatan waktu dan sebagainya.

Pada era digital yang terus berkembang, aplikasi transportasi daring telah menjadi pilihan utama bagi banyak konsumen di Indonesia untuk memenuhi kebutuhan transportasi mereka. Sudah banyak penyedia jasa ojek online di tengah masyarakat, dapat kita ketahui seperti Gojek Online, yang menyediakan GoCar, GoBike, GoFood, dan lainnya. Mereka memberikan pelayanan yang sama dari mulai mengantarkan orang dengan biaya yang

berbeda melalui aplikasi telepon genggam maupun aplikasi tersedia. Salah satu aplikasi terkemuka di bidang transportasi online di Indonesia adalah Gojek. Gojek telah menjadi salah satu pemain utama dalam industri ride-hailing dan layanan pengiriman makanan di Indonesia. Aplikasi ini telah meraih popularitas yang signifikan di kalangan konsumen Indonesia, menghadirkan kemudahan dan kenyamanan dalam memesan layanan transportasi serta makanan melalui telepon genggam.

PT GO-JEK INDONESIA pertama kali didirikan oleh Nadiem Makarim pada tahun 2010 yang bermula sebagai perusahaan transportasi roda dua melalui panggilan telepon. Dan kini GO-JEK telah tumbuh menjadi on-demand mobile platform dan aplikasi terdepan yang menyediakan berbagai layanan GO-JEK adalah karya anak bangsa yang kali pertama lahir dengan niat baik untuk memberikan solusi memudahkan kehidupan sehari-hari ditengah kemacetan perkotaan. GO-JEK adalah sebuah perusahaan teknologi berjiwa sosial yang bertujuan untuk meningkatkan pekerja dibarbagai sektor informal di Indonesia. Yang mana kegiatan GO-JEK bertumpu pada 3 nilai pokok yaitu kecepatan, inovasi dan dampak social.

Adanya persaingan yang semakin ketat dalam industri aplikasi transportasi daring membutuhkan pemahaman yang mendalam tentang perilaku konsumen di Indonesia. Pada analisis perilaku konsumen ini melibatkan penelitian yang komprehensif tentang faktor-faktor yang memengaruhi pengguna di Indonesia dalam memilih aplikasi Gojek Online sebagai solusi transportasi mereka. Sebagai pelaku utama di pasar tersebut, Gojek perlu memahami preferensi, keputusan, dan pola konsumsi pengguna untuk tetap mempertahankan posisinya sebagai pemimpin industri.

Preferensi konsumen di Indonesia akan membantu Gojek untuk menyusun strategi pemasaran yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pengguna. Selain itu, Gojek juga perlu memahami bagaimana teknologi dan faktor-faktor lainnya mempengaruhi perilaku konsumen di Indonesia, sehingga dapat meningkatkan kualitas layanan dan memenuhi kebutuhan Pengguna. Melalui survei analisis ulasan, dan penelusuran umpan balik dari pengguna, akan dapat diketahui tingkat kepuasan pengguna terkait kualitas layanan Gojek Online, masalah yang dihadapi, dan harapan mereka terhadap aplikasi tersebut.

Selain itu, munculnya tren dan perubahan dalam perilaku konsumen di Indonesia juga menjadi latar belakang penting untuk melakukan analisis perilaku konsumen dalam penggunaan aplikasi Gojek Online. Perubahan kebiasaan, preferensi, dan ekspektasi konsumen dapat mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen dan loyalitas mereka terhadap aplikasi tersebut. Oleh karena itu, pemahaman yang mendalam tentang perilaku konsumen dan perubahan tren ini penting bagi Gojek untuk mengembangkan strategi yang efektif dan relevan.

Selain itu, dalam konteks Indonesia yang memiliki keanekaragaman budaya, sosial, dan ekonomi, penting untuk memperhatikan perbedaan regional dan karakteristik demografis yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam penggunaan aplikasi Gojek Online. Perbedaan budaya, Preferensi, dan kebiasaan konsumen antar daerah dapat mempengaruhi strategi bisnis dan penyesuaian yang harus dilakukan oleh Gojek. Dengan pemahaman yang mendalam tentang Perilaku konsumen di Indonesia, Gojek dapat mengoptimalkan strategi pemasaran mereka, meningkatkan kualitas layanan, dan memperluas pangsa pasar aplikasi Gojek di Indonesia Melalui analisis ini, diharapkan Gojek dapat memahami lebih baik preferensi konsumen di Indonesia terkait pengguna aplikasi Gojek Online, termasuk faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian, kepuasan pelanggan, dan faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas konsumen di Indonesia.

Dalam menghadapi tantangan ini, analisis faktor demografis terhadap Preferensi dalam penggunaan aplikasi Gojek Online di Indonesia merupakan langkah penting bagi Gojek untuk memahami preferensi, keputusan, dan pola konsumsi pengguna di pasar yang dinamis ini. Dengan menggunakan data dan informasi yang relevan, Gojek dapat mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif, meningkatkan kualitas layanan, dan memperluas pangsa pasar aplikasi Gojek Online di Indonesia.

PARADIGMA PENELITIAN

Paradigma	Pendekatan Penelitian	Metode Penelitian	Jenis Penelitian
Positivis	Kuantitatif	<ul style="list-style-type: none"> • Survei • Analisis isi • Eksperimental • Sensus 	<ul style="list-style-type: none"> • Deskripsi • Eksplanatif • Evaluatif
Interpretif	Kualitatif	<ul style="list-style-type: none"> • Observasi non-partisipan • Observasi partisipan • Dept-interview • Fokus grup discussion (FGD) • Studi kasus • Analisis isi kualitatif 	<ul style="list-style-type: none"> • Deskriptif • Eksplorasi
Kritis	Kualitatif	<ul style="list-style-type: none"> • Analisis wacana • Framing • Semiotika 	<ul style="list-style-type: none"> • Deskriptif

METODE PENELITIAN

- Lokus

Lokus penelitian adalah tempat lokasi penelitian tersebut dilakukan. Lokasi penelitian ini adalah di Jakarta. Peneliti memilih aplikasi gojek ini karena banyak sekali yang belum mengerti tentang aplikasi gojek ini.

- Responden

Responden adalah seseorang atau individu yang akan memberikan respons terhadap pertanyaan yang diajukan oleh peneliti. Responden ini merupakan orang atau individu yang terkait secara langsung dengan data yang dibutuhkan. (Mukti fajar dan Yulianto Ahmad, 2010; 174). Responden merupakan kelompok individu yang mengetahui segala hal yang berkaitan dengan penelitian dan terlibat langsung dalam fenomena yang diteliti.

Responden dalam penelitian ini adalah beberapa orang masyarakat:

1. Desa atau perkotaan
2. Pendapatan
3. Usia

- Variabel, dimensi, indikator, skala pengukuran

Tabel Operasional variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala	No item kuesioner
Gojek	Aplikasi	Saya menilai informasi yang ada pada aplikasi GOJEK terlihat logis	Ordinal	1
		Saya menilai informasi yang ada pada aplikasi GOJEK tertata dengan rapi	Ordinal	3
		Saya menilai desain tampilan aplikasi GO-JEK (seperti warna, kolom, menu, gambar, dll) di desain secara profesional	Ordinal	4

HASIL DAN PEMBAHASAN

Data dalam penelitian ini berupa kuesioner yang ditujukan kepada pengguna aplikasi GOJEK online. Pengumpulan data dilakukan mulai tanggal 13 Mei 2024 sampai dengan tanggal 20 Mei 2024. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner ke pengguna aplikasi GOJEK.

Keterangan	Jumlah
Jumlah kuesioner yang disebarkan	20
Jumlah kuesioner yang tidak kembali	15
Jumlah kuesioner yang kembali	10

Pembahasan

Berdasarkan hasil pengolahan data pengguna aplikasi GOJEK Online ini lebih dari 10 juta pengguna dan masih beberapa orang masih kebingungan cara memakainya.

- Peningkatan Pendapatan:
 - Diversifikasi Layanan: Gojek tidak hanya menawarkan layanan transportasi, tetapi juga layanan pengiriman makanan (GoFood), pembayaran digital (GoPay), dan berbagai layanan on-demand lainnya. Diversifikasi ini membantu Gojek untuk menjangkau berbagai segmen pasar, meningkatkan basis pelanggan, dan memperluas sumber pendapatan.

- **Pertumbuhan Pengguna:** Dengan penetrasi internet dan smartphone yang tinggi di Indonesia, jumlah pengguna aplikasi Gojek terus meningkat. Hal ini secara langsung meningkatkan pendapatan dari berbagai layanan yang disediakan oleh Gojek.
- **Efisiensi Operasional:**
 - **Otomatisasi Proses:** Penerapan teknologi dalam operasi Gojek, seperti algoritma untuk penentuan rute dan pengalokasian pesanan, mengurangi waktu dan biaya operasional. Ini membantu dalam mengoptimalkan penggunaan sumber daya dan mengurangi pemborosan.
 - **Pengurangan Biaya Transaksi:** Penggunaan pembayaran digital melalui GoPay mengurangi biaya transaksi dan meningkatkan efisiensi pembayaran, baik bagi pengguna maupun mitra pengemudi.
- **Pengelolaan Data dan Analisis:**
 - **Pemahaman Konsumen:** Data besar (big data) yang dikumpulkan melalui aplikasi memungkinkan Gojek untuk menganalisis perilaku pengguna dan menyesuaikan layanan sesuai kebutuhan konsumen. Ini membantu dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dan loyalitas, yang berkontribusi pada pendapatan jangka panjang.
 - **Optimasi Harga:** Melalui analisis data, Gojek dapat menetapkan harga yang kompetitif dan dinamis yang sesuai dengan permintaan pasar, meningkatkan margin keuntungan.
- **Investasi dan Ekspansi:**
 - **Daya Tarik Investor:** Inovasi dan kinerja yang baik membuat Gojek menjadi target menarik bagi investasi. Suntikan modal dari investor dapat digunakan untuk ekspansi layanan, baik secara geografis maupun dalam penambahan layanan baru.
 - **Ekspansi Pasar:** Keberhasilan di pasar lokal memungkinkan Gojek untuk berekspansi ke pasar internasional, yang dapat membuka peluang pendapatan baru dan diversifikasi risiko.
- **Manajemen Risiko:**
 - **Fleksibilitas dan Adaptabilitas:** Teknologi memungkinkan Gojek untuk beradaptasi cepat terhadap perubahan pasar dan regulasi. Misalnya, selama pandemi COVID-19, Gojek dapat dengan cepat menyesuaikan layanannya untuk memenuhi kebutuhan pengguna dengan tetap menjaga keselamatan.
- **Kepuasan dan: Loyalitas Pelanggan**
 - **Peningkatan Layanan Pelanggan:** Penggunaan teknologi dalam layanan pelanggan, seperti chatbot dan dukungan 24/7, meningkatkan pengalaman pengguna dan kepuasan pelanggan. Kepuasan ini berujung pada peningkatan retensi pelanggan dan pengurangan biaya akuisisi pelanggan baru.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa aplikasi Gojek Online telah menjadi pilihan utama bagi banyak konsumen di Indonesia dalam konteks transportasi daring. Konsumen cenderung memilih aplikasi Gojek Online sebagai platform utama untuk memenuhi kebutuhan transportasi mereka. Penelitian ini mengungkapkan bahwa faktor-faktor seperti kualitas layanan, kenyamanan, harga yang kompetitif, dan reputasi perusahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen dalam menggunakan aplikasi Gojek Online. Secara umum, konsumen di Indonesia memiliki tingkat kepuasan yang cukup tinggi terhadap penggunaan aplikasi Gojek Online. Faktor-faktor yang menyumbang terhadap kepuasan pelanggan meliputi kualitas layanan,

kemudahan penggunaan, dan kecepatan respon dari penyedia layanan.

Gojek juga dapat melakukan penyesuaian regional untuk memenuhi preferensi dan kebiasaan konsumen di setiap daerah. Perbedaan budaya, preferensi, dan kebiasaan konsumen perlu dipertimbangkan dalam merancang strategi pemasaran yang efektif di setiap daerah. Studi ini menyediakan landasan untuk pengembangan penelitian lanjutan, seperti melibatkan metode kualitatif seperti wawancara mendalam atau studi kasus, untuk memperdalam pemahaman tentang pengalaman pengguna dan factor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumen dalam penggunaan aplikasi Gojek Online di Indonesia. Dengan memahami perilaku konsumen dan mengimplementasikan rekomendasi strategi pemasaran yang sesuai, Gojek dapat terus memperluas pangsa pasar dan mempertahankan posisinya sebagai pemimpin industry transportasi online di Indonesia.

Saran

Untuk mengoptimalkan penggunaan teknologi dalam bisnis transportasi seperti Gojek, perlu fokus pada peningkatan pengalaman pengguna melalui inovasi teknologi terbaru, seperti integrasi kecerdasan buatan untuk memprediksi permintaan dan mengoptimalkan rute. Selain itu, penting untuk terus memperbaiki kualitas layanan dengan memperhatikan umpan balik pengguna dan meningkatkan keamanan serta keandalan armada. Dengan demikian, Gojek dapat mempertahankan dan meningkatkan posisinya sebagai pilihan utama dalam industri transportasi daring di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- anindya, sashitta. "Analisis Perilaku Konsumen dalam Penggunaan Aplikasi Grab Online." journal ekonomi dan bisnis, 2020: 1-17.
https://digilib.stiestekom.ac.id/assets/dokumen/ebook/feb_bc94ba1dfa7c2f2ebdb57c314bc3e56ca4e19cbf_1649386611.pdf
<https://www.gojek.com/en-id>
https://www.google.co.id/books/edition/Dasar_dasar_Manajemen_Edisi_Revisi/-6UmEAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=buku+manajemen+karya+george+terry&printsec=frontcover
Misbahul jannah. "Manajemen rekrutmen dan seleksi guru bahasa arab di pondok tahfidz putri darul mubarak curup." Jurnal manajemen dewantara, 2022: 1-8.