

BRIEF NOTES



RINGKASAN STUDI

DAMPAK GO-JEK TERHADAP PENINGKATAN KUALITAS HIDUP MITRA PENGEMUDI DAN KONSUMEN

Era ekonomi digital membawa perubahan terhadap perilaku kegiatan ekonomi. Era ekonomi digital yang berbasis teknologi informasi juga telah menggeser preferensi masyarakat dalam hal mendapatkan layanan transportasi, dari yang awalnya konvensional menjadi online. Sebagai pionir layanan transportasi berbasis teknologi, GO-JEK menyumbang perubahan perilaku, baik pada mitra pengemudi maupun konsumennya. Pada tahun 2017, Lembaga Demografi FEB UI bekerja sama dengan GO-JEK untuk mempelajari dampak GO-JEK terhadap perekonomian Indonesia. Salah satu aspek yang dibahas dalam penelitian tersebut adalah dampaknya terhadap peningkatan kualitas hidup mitra pengemudi dan konsumen, yang disajikan secara ringkas dalam tulisan ini.

KEY POINTS

- GO-JEK mengurangi tekanan pengangguran dan memperluas kesempatan kerja pengemudi.
- GO-JEK meningkatkan penghasilan dan pengeluaran mitra pengemudi dan kesejahteraan keluarganya.
- GO-JEK meningkatkan kualitas hidup mitra pengemudi.
- GO-JEK menjangkau konsumen berusia produktif, berpendidikan minimal SMA, yang berasal kalangan kelas menengah ke bawah.

PENDAHULUAN

Perkembangan zaman yang kian pesat menuntut adanya perubahan dalam berbagai aspek. Di era milenial ini, masyarakat mulai menginginkan adanya kemudahan dalam melakukan segala hal. Dalam hal perekonomian, masyarakat mulai memasuki era ekonomi digital. Ekonomi digital memakai basis teknologi informasi untuk melakukan kegiatan perekonomian. Fenomena ekonomi digital marak terjadi belakangan di Indonesia dengan munculnya beberapa *marketplace* seperti Bukalapak dan Tokopedia yang menawarkan kemudahan proses jual beli lewat aplikasi *online*. Selain *marketplace*, terdapat pula jasa transportasi *online*, yang kita kenal dengan GO-JEK dan Grab.

Adanya aplikasi GO-JEK dan Grab menggeser tren moda transportasi konvensional ke moda transportasi online. GO-JEK menjadi pionir dari munculnya beberapa aplikasi serupa yang akhirnya mempengaruhi masyarakat hingga kini. GO-JEK diluncurkan pada tahun 2015 setelah pendirinya, Nadiem Makarim, melihat adanya permasalahan ojek seperti waktu mangkal yang kurang produktif dan harus bergilirnya pengemudi ojek di pangkalan. Ketika awal diluncurkan, GO-JEK merupakan startup lokal dengan pertumbuhan paling pesat di Indonesia. Dalam waktu setengah tahun saja, sejak Januari 2015, aplikasi GO-JEK telah diunduh oleh lebih dari 500.000 pengguna telepon genggam. Selain itu, dalam kurun waktu yang sama, pengemudi GO-JEK telah mencapai 10.000 pengemudi di empat kota di Indonesia, yaitu Jabodetabek, Bandung, Bali, dan Surabaya. Tahun 2018, GO-JEK telah melebarkan sayapnya hingga 62 kabupaten/kota yang terdapat di 17 provinsi di seluruh Indonesia. Untuk memaksimalkan layanannya, GO-JEK menargetkan akan merambah 34 provinsi di Indonesia pada akhir tahun ini.

GO-JEK menawarkan kemudahan bagi kedua pihak, baik pengemudi ojek maupun konsumen. Untuk semakin menarik pelanggan, GO-JEK menggunakan fitur *Go-Pay*, yaitu *e-wallet* yang dapat digunakan untuk melakukan pembayaran jasa yang disediakan dalam aplikasi GO-JEK. *Go-Pay* merupakan salah satu layanan *startup fintech* dengan pertumbuhan pesat pada tahun 2017. Pihak pengemudi juga mendapatkan keuntungan apabila konsumen membayar dengan *Go-Pay*. Pihak pengemudi tidak terkena potongan pendapatan 20 persen yang didapat apabila konsumen membayar secara *cash*. Selain itu pengemudi juga mendapat poin tambahan apabila konsumen mengisi saldo *Go-Pay* lewat pengemudi.

Pada akhir tahun 2017, Lembaga Demografi FEB UI melakukan survei mengenai "Dampak GO-JEK bagi Perekonomian Indonesia" yang bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan publik dan media mengenai potensi dan manfaat sosial ekonomi dari GO-JEK. Survei ini mencakup tiga kategori responden yakni mitra pengemudi, mitra UMKM, dan konsumen. Tulisan ini merupakan ringkasan dari hasil survei tersebut, namun pembahasan akan difokuskan pada fitur *Go-Ride* saja yang melibatkan mitra pengemudi dan konsumen.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, survei dilakukan terhadap lebih dari 7.500 responden dengan rincian 3.315 mitra pengemudi, 3.465 konsumen, dan 806 mitra UMKM. Responden dari survei ini merupakan mitra pengemudi dan konsumen yang aktif selama satu bulan terakhir. Penelitian ini dilakukan di sembilan wilayah, yaitu Jabodetabek, Bandung, Bali, Surabaya, DI Yogyakarta, Medan, Palembang, Balikpapan, dan Makassar.

RINGKASAN STUDI

Menurut hasil survei, layanan yang paling sering digunakan oleh konsumen GO-JEK adalah *Go-Ride* dengan persentase sebesar 85,8 persen. Setelah *Go-Ride*, terdapat *Go-Food* dan *Go-Car* dengan persentase pengguna masing-masing sebesar 73,2 persen dan 54,7 persen. *Go-Ride* merupakan satu-satunya layanan saat awal GO-JEK berdiri dengan modal sebuah call center dan 20 pengemudi ojek. Setelah itu, barulah layanan GO-JEK lain seperti *Go-Food* dan *Go-Car* tersedia. Dengan adanya *e-wallet Go-Pay*, kenyamanan pengguna layanan *Go-Ride* semakin bertambah. Sekitar 38,7 persen responden survei pun mengaku pernah menggunakan layanan *Go-Pay*. Jika pelanggan membayar GO-JEK dengan *Go-Pay*, maka ada potongan harga khusus 30 persen untuk layanan *Go-Ride*. Selain itu, konsumen juga mendapatkan *Go-Points* yang dapat ditukarkan dengan voucher diskon atau gratis di berbagai produk mitra GO-JEK. Tidak heran apabila GO-JEK khususnya *Go-Ride* sangat diminati oleh konsumen sebagai pengganti ojek konvensional.

Sekitar 96 persen konsumen memiliki tingkat pendidikan minimal SMA sederajat, dengan rincian sekitar 55 persen adalah SMA sederajat dan 41 persen untuk tingkat perguruan tinggi. Sementara itu, 77 persen konsumen adalah penduduk berusia 20-39 tahun. Terkait

hal tersebut, 63 persen konsumen menggunakan Go-Ride sebagai moda transportasi umum sehari-hari untuk bersekolah atau bekerja. Sebagian besar responden dari konsumen GO-JEK berada pada kelas menengah dan menengah ke bawah. Sekitar 64 persen konsumen mempunyai tingkat pengeluaran rata-rata sekitar 1,5-3,5 juta rupiah per bulan, sementara rata-rata pengeluaran seluruh konsumen adalah Rp2.550.000 per bulan. Mereka menganggap Go-Ride lebih murah dibandingkan moda transportasi lainnya.

Bila dilihat dari sisi pengemudi, GO-JEK memperluas kesempatan berusaha dan turut serta meningkatkan rata-rata penghasilan pengemudi sebesar 44 persen. Sebelum bergabung dengan GO-JEK, persentase jumlah pengemudi yang mempunyai pendapatan lebih dari 2,5 juta per bulan adalah sekitar 32 persen. Setelah bergabung dengan GO-JEK, jumlah tersebut naik drastis hingga lebih dari dua kali lipatnya (69 persen). Pendapatan rata-rata pengemudi penuh waktu adalah sekitar 3,31 juta rupiah, lebih besar dari rata-rata upah minimum Kabupaten/Kota (UMK) di sembilan wilayah survei, yang berkisar 2,8 juta per bulan. Sejalan dengan peningkatan pendapatan, rata-rata pengeluaran pengemudi juga naik sebesar 31 persen. Data-data tersebut mengindikasikan adanya kenaikan tingkat kesejahteraan pengemudi ojek *online*.

Bila dilihat berdasarkan karakteristik demografi pengemudi, 77 persen pengemudi berusia 20-39 tahun. Sementara itu, 75 persen pengemudi berpendidikan terakhir setingkat SMA. Fakta unik di sini adalah 15 persen pengemudi merupakan lulusan perguruan tinggi. Hal ini menyiratkan bahwa profesi pengemudi ojek *online* juga diminati oleh kalangan masyarakat berpendidikan tinggi. Banyak faktor yang dapat mendorong hal tersebut, salah satunya fleksibilitas yang tinggi dalam pekerjaan ojek *online*.

Menurut hasil survei, sekitar 96 persen pengemudi menganggap kualitas hidup mereka lebih baik hingga jauh lebih baik dibandingkan sebelum menjadi mitra GO-JEK. Sementara itu, 86 persen pengemudi merasa puas hingga sangat puas dengan pendapatan yang diterima sebagai pengemudi mitra GO-JEK. Di samping itu, 97 persen pengemudi merasa puas hingga sangat puas dengan fleksibilitas dalam menjadi ojek *online*. Terkait dengan hubungan kemitraan dengan GO-JEK, 52 persen pengemudi merasa diuntungkan hingga sangat diuntungkan dengan hubungan kemitraan tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- <http://ldfebui.org/wp-content/uploads/2018/03/Dampak-GO-JEK-Bagi-Perekonomian-Indonesia.pdf>
<https://ekonomi.kompas.com/read/2015/07/01/223800926/Go-Jek.Startup.Lokal.dengan.Pertumbuhan.Nomor.Satu>
<http://jatim.tribunnews.com/2018/06/25/sudah-kuasai-62-kota-di-17-provinsi-indonesia-GO-JEK-bidik-target-mustahil-ini-hingga-akhir-2018>
<https://www.trentech.id/5-startup-fintech-dengan-pertumbuhan-paling-cepat/>

Penulis

Ridwan Renaldi
(Peneliti Magang Lembaga Demografi FEB-UI)

Editor

Endang Antarwati, S.E., M.SE.
(Lembaga Demografi FEB, Universitas Indonesia)

LEMBAGA DEMOGRAFI

Gedung A | Gd. Nathanael Iskandar
Lantai 2 dan 3
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Indonesia
DEPOK 16424



TLP: +62 21 787 2911
FAX.: +62 21 787 2909



info@ldfebui.org



@ldfebui



Lembaga Demografi
FEB UI



www.ldfebui.org