

Analisis Inovasi Fitur Pelayanan Pada Aplikasi Dalam Meningkatkan Kualitas Kinerja Driver Ojek Online PT. GOJEK INDONESIA BANJARMASIN

Muhammad Ahmadi¹, Hairul², Kurniaty³
Email : adyahmad023@gmail.com

Fakultas Ekonomi
Program Studi Manajemen
Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji : (1) Bagaimana Inovasi PT.Gojek Indonesia Banjarmasin? (2) Bagaimana meningkatkan kualitas kinerja driver PT.Gojek Indonesia Banjarmasin? (3) Bagaimana peranan faktor pendukung inovasi dalam meningkatkan kualitas kinerja driver ojek online PT. Gojek Indonesia Banjarmasin?

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dimana pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, dokumentasi, dan observasi. Objek pada penelitian ini adalah *driver* di PT. Gojek Indonesia Banjarmasin yang merupakan mitra sebuah perusahaan transportasi *online* dan berbagai jasa layanan. Hasil penelitian menunjukkan (1) Untuk mengetahui bagaimana peningkatan inovasi PT. Gojek Indonesia cabang Banjarmasin (2) Untuk mengetahui bagaimana kualitas kinerja *driver* ojek *online* (3) Untuk mengetahui bagaimana faktor pendukung kualitas kinerja *driver* ojek online PT. Gojek Indonesia Banjarmasin. Dari hasil penelitian ini inovasi sangat berpengaruh pada kualitas kinerja *driver* untuk bersaing dengan kompetitor serupa dalam menjalankan pekerjaan.

Kata kunci : Inovasi, Kualitas Kinerja

ABSTRACT

This study aims to test: (1) How is the Innovation of PT. Gojek Indonesia Banjarmasin? (2) How to improve the quality of performance of PT. Gojek Indonesia Banjarmasin drivers? (3) How is the role of supporting factors in innovation in improving the quality of the performance of online motorcycle taxi drivers PT. Gojek Indonesia Banjarmasin?

This research uses descriptive qualitative method where data collection is done by interview, documentation, and observation. The object of this research is the driver at PT. Gojek Indonesia Banjarmasin, which is a partner of an online transportation company and various services. The results showed (1) To find out how to increase the innovation of PT. Gojek Indonesia Banjarmasin branch (2) To find out how the quality of the performance of the online motorcycle taxi driver (3) To find out how the factors supporting the quality of the performance of the online motorcycle taxi driver PT. Gojek Indonesia Banjarmasin. From the results of this study, innovation is very influential on the quality of driver performance to compete with similar competitors in carrying out work.

Keywords: Innovation, Quality of Performance

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi didasari pada kemajuan teknologi jaringan komunikasi maju dari generasi ketiga (3G) ke generasi keempat (4G). Seiring dengan berkembangnya teknologi jaringan komunikasi, lebih banyak mayoritas masyarakat menggunakan *smartphone* dan *internet* serta keinginan mereka mengakses informasi semakin meningkat sehingga mereka dapat memaksimalkan fungsi *smartphone* dan *internet* yang mereka miliki. Selain dapat memaksimalkan kegunaannya, masyarakat juga kini bisa memanfaatkan teknologi tersebut untuk melakukan kegiatan usaha bisnis seperti berdagang atau menawarkan layanan jasa. Dalam sektor bisnis transportasi, implikasi teknologi cenderung mengubah pergerakan masyarakat dan barang dalam satu dekade terakhir. Perkembangan teknologi yang berdampak pada sektor transportasi dengan munculnya berbagai aplikasi *smartphone* untuk layanan transportasi umum secara online yg beberapa layanannya di jalankan oleh seorang *driver online*. Dengan adanya *smartphone*, interaksi antara pelanggan dan *driver* ojek *online* sebagai mitra dari penyedia layanan menjadi lebih efisien. Permintaan terhadap layanan transportasi umum berbasis online teknologi cukup tinggi karena mereka menyediakan

layanan yang cepat dan responsif serta pada umumnya lebih murah dibandingkan dengan transportasi umum konvensional.

Layanan berbasis aplikasi *smartphone* memudahkan pelanggan untuk mengatur perjalanan secara *real time* dengan penyedia layanan. Masyarakat cenderung melihat layanan tersebut sebagai alternatif transportasi yang dapat melayani dengan cepat, fleksibel, responsif, mudah digunakan dan tentunya terpercaya. Selain menyediakan alternatif menarik untuk bepergian dan memenuhi kebutuhan pengguna dalam beberapa hal, layanan ini juga berpotensi mengurangi penggunaan kendaraan pribadi dan masalah lingkungan.

Transportasi memiliki peran yang sangat penting di kehidupan masyarakat. Segala aspek kehidupan masyarakat tidak ada yang tidak terlepas dari yang namanya transportasi. Untuk memenuhi kesejahteraan hidup, kebutuhan tidak dapat terpenuhi hanya dalam satu lokasi. Untuk itu masyarakat memerlukan transportasi untuk melakukan perpindahan dari satu tempat tempat lain atau mendatangkan barang dari lokasi lain, sehingga seiring munculnya perspektif masyarakat tentang alternatif jasa dan transportasi yang lebih efisien. Kesempatan ini di gunakan dengan baik oleh berbagai organisasi atau

perusahaan yang secara terus menerus berinovasi dalam hal itu.

Pada saat ini terlihat setiap organisasi dan perusahaan yang menggunakan internet pada layanan transportasi memiliki tahap perkembangan yang berbeda-beda dalam strategi bisnisnya sehingga hanya organisasi dan perusahaan yang tangguh dan cepat tanggap terhadap perubahan lingkungan, teknologi bisnis berbasis digital dan ilmu pengetahuan yang di perlukan.

Dalam kemajuan teknologi saat ini tidak bisa terlepas dari manusia yang memiliki banyak peranan penting dalam segala kegiatan pelayanan bisnis usaha berbasis *online* yang akan berlangsung, karena hal itu unsur manusia sebagai bagian sumber daya sangat di butuhkan perusahaan dalam pelaksanaan tugas usahanya.

Selain teknologi dan ilmu pengetahuan yang dibutuhkan dalam usaha bisnis berbasis *online*, sumber daya manusia (SDM) atau istilahnya tenaga kerja adalah aset utama yang di miliki perusahaan, karena pada dasarnya mereka mempunyai pikiran, perasaan, keinginan, status, usia dan berbagai latar belakang yang variatif atau heterogen yang di bawa ke dalam ruang lingkup perusahaan, kita ketahui tenaga kerja bukanlah mesin uang dan material yang bersifat pasif dan dapat di atur sepenuhnya demi mendukung tercapainya tujuan suatu perusahaan itu sendiri.

Setiap perusahaan atau organisasi yang bergerak di dalam dunia bisnis berbasis *online* tentunya memiliki tujuan antara lain laba dari hasil usahanya dan kontinuitas perusahaan, maka dari itu perusahaan harus memiliki sumber daya manusia yang berkualitas mesti di perhitungkan dengan matang karena merupakan sebuah kunci bagi keberhasilan suatu perusahaan, Salah satu instrumen yang di gunakan untuk membangun sumber daya manusia yang berkualitas dari suatu perusahaan layanan transportasi dan jasa berbasis *online* yang menggunakan aplikasi adalah inovasi.

Inovasi adalah suatu penemuan baru yang berbeda dari yang sudah ada atau yang sudah dikenal sebelumnya. orang atau perusahaan yang selalu berinovasi, maka ia dapat dikatakan sebagai seorang wirausahwan yang inovatif. Perusahaan yang inovatif akan selalu berupaya melakukan perbaikan, menyajikan sesuatu yang baru/unik yang berbeda dengan yang sudah ada. inovatif juga merupakan sikap penting bagi yang hendaknya dimiliki oleh sebuah perusahaan.

Inovasi juga sekaligus hal yang prestatif, karena selalu berusaha menjadi yang terbaik dalam segala situasi dan kondisi. Hal yang prestatif erat kaitan nya dengan persaingan sehat. Persaingan sehat ini membuat akan selalu berpikir tentang bagaimana melakukan kinerja terbaiknya.

Maksud inovasi fitur aplikasi dalam meningkatkan kualitas kinerja *driver* ojek *online* pada PT. GOJEK INDONESIA BANJARMASIN, ialah dimana suatu perusahaan melakukan perubahan baru sebagai media yang efisien untuk *driver* meningkatkan kualitas kinerja dengan baik. Sehingga semua pekerjaan yang di lakukan *driver* sebagai mitra dari perusahaan bisa di jalankan dengan baik dan minim kendala di lapangan.

Sehubung dengan kebutuhan teknologi dan transportasi yang semakin meningkat pun tidak dapat diabaikan begitu saja. Hal inilah yang akhirnya membuat seorang Nadiem Makaim membangun sebuah perusahaan GOJEK Indonesia.

Gojek Indonesia adalah suatu perusahaan yang bergerak pada bidang jasa dan transportasi. diawali dengan hanya terdapat layanan ojek penumpang berbasis daring, kini Gojek telah berkembang dengan berbagai layanan yang ditawarkan. Penggunaan sistem informasi telah ditetapkan tepat ketika perusahaan ini dibangun. Namun tak hanya berfokus pada konsumen saja tetapi perusahaan juga harus mengutamakan kenyamanan dan kemudahan untuk driver yang posisinya sebagai mitra kerja dari perusahaan

tersebut agar memberikan kinerja terbaiknya.

Sama halnya PT. Gojek Indonesia yang tersedia berbagi cabang di kota-kota dan daerah diseluruh Indonesia, khususnya PT. Gojek Indonesia Cabang Banjarmasin sebagai salah satu cabangnya yang berusaha terus maju, berkembang dan selalu melakukan kemajuan atau inovasi terhadap perubahan jaman dari tahun ke tahun dengan berinovasi melalui fitur-fitur pelayanan yang di gunakan konsumen Gojek pada aplikasi untuk meningkatkan kualitas kinerja *driver* ojek *online* .

Hal tersebut membuktikan betapa pentingnya melakukan inovasi dalam fitur pelayanan aplikasi gojek agar tidak merugikan kedua belah pihak yaitu pihak pertama merupakan PT.Gojek Indonesia di Banjarmasin dan pihak kedua adalah *driver* itu sendiri, karena akan sangat berpengaruh pada daya saing perusahaan itu sendiri terhadap perusahaan lain.

Oleh karena itu peneliti ingin mengangkat judul penelitian tentang **“ANALISIS INOVASI FITUR LAYANAN PADA APLIKASI DALAM MENINGKATKAN KUALITAS KINERJA DRIVER OJEK ONLINE PT. GOJEK INDONESIA BANJARMASIN”**.

METODE PENELITIAN

1) *Kepustakaan (Library Research)*
Yaitu mempelajari buku-buku yang erat hubungan dengan masalah yang menulis bahasa dan untuk mendapatkan dasar teoritis yang relevan sebagai landasan skripsi ini.

2) *Penelitian Lapangan (Field Research)*

Yaitu melakukan melakukan peninjauan langsung ke objek penelitian untuk melihat secara dekat tentang objek yang akan dibahas pada perusahaan yang bersangkutan dan mengadakan wawan cara langsung kepada perusahaan, dan bagian-bagian yang ada di perusahaan itu sendiri. (Jogianto,2004) penelitian yang dilakukan dengan pengamatan langsung

keperusahaan yang menjadi objek penelitian dengan mengadakan teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang dapat dilakukan dengan kriteria-kriteria tertentu berdasarkan tujuan penelitian.

Adapun dalam penelitian ini penulisan menggunakan cara:

(1) *Observasi*, yaitu pengumpulan data dengan cara peninjauan secara langsung ke objek penelitian untuk memperoleh data yang diperlukan.

(2) *Wawancara*, yaitu pengumpulan data dengan cara mengadakan wawancara dan tanya jawab kepada pimpinan / pihak yang bersangkutan sebagai pemberi informasi.

(3) *Dokumentasi*, yaitu pengumpulan data dengan cara mempelajari dari sumber tertulis yang demikian oleh perusahaan yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

3) *Analisis Data*

Yaitu dengan mempelajari dan menggunakan data dari *field research*, setelah itu di analisis dengan menggunakan dasar teoritis yang diperoleh dari *library research*, kemudian disusun dalam bentuk skripsi.

4) *Populasi dan Sampel*

(1) *Populasi*

Mahmud (2011:154) menjelaskan populasi atau *population* menurut bahasa sama dengan penduduk atau orang banyak, bersifat umum atau (*universe*). Dalam penelitian, populasi adalah keseluruhan objek penelitian, mungkin berupa manusia, gejala, benda, pola sikap, tingkah laku, dan sebagainya yang menjadi objek penelitian, (Sapari Imam Asyari,1983:69). Populasi adalah himpunan seluruh karakteristik dari objek yang diteliti. Populasi juga merupakan keseluruhan atau totalitas objek psikologis yang dibatasi oleh kriteria tertentu. Objek psikologis dapat merupakan objek yang dapat ditangkap oleh pancaindra manusia dan memiliki sifat konkret. Banyaknya objek psikologis dalam populasi disebut ukuran populasi

yang pada umumnya diberi lambang N, (Sedarmayanti, 2002: 121). Dengan demikian populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. Apabila seseorang ingin meneliti semua elemen yang ada di dalam wilayah penelitian, maka subjeknya meliputi semua yang terdapat di dalam populasi itu disebut sensus.

(2) Sampel

Sampel adalah sebagian dari totalitas subjek penelitian atau sebagai populasi yang diharapkan dapat mewakili karakteristik populasi yang penetapannya dengan teknik-teknik tertentu. Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Dinamakan penelitian sampel apabila kita bermaksud untuk menggeneralisir hasil penelitian sampel, Arikunto (2013:174).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan pada penjelasan sebelumnya bahwa inovasi oleh perusahaan pada aplikasi gojek sangat berpengaruh pada kualitas kinerja driver, apabila inovasi tidak di jalankan dalam fitur pelayanan akan mengurangi pada kualitas kinerja *driver* itu sendiri. Sebab dengan adanya inovasi itulah dapat diharapkan bisa memfasilitasi akses dalam meningkatkan kualitas kinerja dari setiap *driver*.

Agar mewujudkan semua itu di perlukan adanya *driver* yang memiliki kualitas yang baik, untuk mencapai kualitas yang baik itu PT. GOJEK INDONESIA, disini pimpinan harus mampu selalu inovatif di setiap kebijakan-kebijakan tertentu yang diputuskan agar meningkatkan kualitas kinerja *driver* yang bekerja.

Secara umum inovasi sebagai suatu obyek juga memiliki arti sebagai suatu produk atau praktik baru yang tersedia bagi aplikasi, umumnya dalam suatu konteks komersial. Biasanya, beragam tingkat kebaruannya dapat dibedakan, bergantung pada konteksnya, suatu inovasi dapat bersifat baru bagi suatu perusahaan, baru bagi pasar, atau negara atau daerah, atau baru secara global. Sementara itu, inovasi

sebagai suatu aktivitas merupakan proses penciptaan inovasi, seringkali diidentifikasi dengan komersialisasi suatu invensi.

Inovasi sangat penting diaplikasikan oleh PT GOJEK INDONESIA, karena melalui inovasi yang dijalankan akan memudahkan *driver* sebagai mitra perusahaan untuk menjalankan pekerjaannya. Banyak inovasi yang akan semakin memudahkan *driver*, hal ini penting untuk diketahui pimpinan karena meningkatkan inovasi sama saja dengan meningkatkan nilai dari kualitas kinerja setiap *driver* dalam mencapai tujuan perusahaan.

Namun dalam kenyataannya pada PT GOJEK INDONESIA, yang saat ini inovasi secara cepat berjalan karena kebutuhan konsumen semakin meningkat di pasaran dan berubah-ubah sebagaimana perkembangan jaman dengan persaingan yang ketat oleh kompetitornya, maka perusahaan di dorong melakukan inovasi karena masih ada banyak kualitas kinerja driver yang kurang memadai yang menyebabkan rendahnya kualitas kinerja, Diantaranya yang menyebabkan rendahnya kualitas kinerja *driver* di PT GOJEK INDONESIA Banjarmasin.

Ada beberapa hambatan atau lebih tepatnya tantangan yang harus dihadapi oleh GOJEK. Tantangan tersebut antara lain :

1) Tarif

Tarif GOJEK sebetulnya kurang kompetitif. Ya, seperti kita ketahui bersama tarif gojek yang dulu Rp. 10.000 s.d 25 KM kemudian naik menjadi Rp. 15.000 s.d 25 KM dan saat ini turun lagi menjadi Rp. 10.000 s.d 25 KM merupakan tarif promo atau dengan kata lain pihak GOJEK masih melakukan subsidi terhadap pelanggan.

1. Promosi

Gojek belum memberlakukan tarif riilnya karena masih melihat kompetitornya serupa yang juga masih memberlakukan tarif promo. Mungkin pihak gojek berpikiran jika menaikkan tarif saat ini, maka pelanggannya akan pindah ke aplikasi lain serupa yang masih

memberlakukan tarif promo. Karena untuk menggunakan layanan dari Gojek ke Grabbike masyarakat tinggal menginstal aplikasi grabbike pada ponsel mereka.

2. Kebijakan target pasar

Menurut informasi dari pihak gojek yang dihimpun dari berbagai media, pihak gojek sebenarnya lebih menasar pada pelanggan yang tidak "*price sensitive*" atau tidak terlalu mempermasalahkan tarif layanan, akan tapi lebih mengutamakan kemudahan, keamanan, dan kenyamanan. Padahal jika diteliti lebih jauh, pasar gojek yang terbentuk saat ini sebagian besar adalah pelanggan kalangan menengah bawah yang masih "*price sensitive*", dimana mereka tertarik menggunakan gojek karena tarifnya yang kompetitif selain kemudahan, transparansi harga, kemandirian dan kenyamanan yang tidak ditawarkan oleh ojek konvensional pada umumnya

3. Ancaman Kompetitor

Banyak bermunculan kompetitor ojek *online*. Tidak dapat dipungkiri jika ada *startup* baru yang muncul dan mampu berkembang dengan pesat maka akan muncul kompetitor-kompetitor sejenis yang juga ingin menguasai pasar tersebut. Tentunya pihak gojek sudah menyiapkan strategi dan amunisi agar tetap memiliki *competitive advantages* dibidang ojek *online* karena mereka sudah mendapatkan keuntungan sebagai pioner dibidang ini, walaupun hal tersebut tidak dapat menjamin keunggulan gojek karena pada akhirnya pasarlah yang lebih menentukan ojek *online* mana yang akan bertahan.

4. Manipulatif *Driver*

Maraknya manipulasi oleh *driver* gojek. Ini merupakan isu yang harus ditangani secara serius oleh pihak gojek, dimana terjadi kelemahan sistem yang memungkinkan *driver* gojek melakukan order fiktif atau menggunakan aplikasi lain sebagai penunjang atau istilah dalam para *driver* (aplikasi tuyul) untuk mendapatkan orderan yang berlebih dan merugikan sesama *driver*.

5. Keamanan privasi para pengguna

Masalah privasi pelanggan atau potensi penyalahgunaan data pelanggan gojek. Akhir-akhir ini media sosial cukup diramaikan oleh salah satu postingan yang berisi "teror" dari oknum *driver* gojek yang merasa tidak terima dengan *review* yang diberikan oleh salah satu penumpangnya. Oknum *driver* gojek yang bersangkutan mengirim pesan sms yang bernada ancaman ke penumpang yang memberikan *review* negatif setelah menggunakan jasa ojek *online* tersebut. Mungkin masalah privasi tersebut terlihat sepele, namun data-data tersebut jika dimanfaatkan oleh oknum yang tidak bertanggung jawab akan sangat merugikan, bisa saja tindak kejahatan yang mungkin muncul ketika seorang yang memiliki niat buruk mengetahui alamat kerja, alamat rumah dan nomor *handphone* seseorang.

Setiap perusahaan mempunyai aturan atau kebijakan manajemen tersendiri yaitu adalah komitmen bersama yang disetujui dalam menjalankan tugas dan tanggung jawab dalam semua aspek yang terkait di dalamnya, manajemen yang baik akan mengarahkan organisasi berkaitan agar mencapai tujuan yang telah ditetapkan, sebaliknya jika manajemen yang ada kurang mendukung maka bisa dibayangkan tujuan yang akan dicapai juga belum sepenuhnya seperti yang diharapkan. Baik perusahaan atau mitra kerja perlu berkomitmen pada konsep kerja tim supaya bisa bersama secara efektif.

Selain itu, peran masing-masing pihak harus didefinisikan dengan baik. Karyawan diharapkan mengikuti petunjuk, memberi masukan bila diperlukan, dan memenuhi kriteria pengukuran kualitas kinerja.

Jika ditinjau dari tujuan kinerja, adanya sistem manajemen inovatif dalam meningkatkan kualitas kinerja dapat menyelaraskan harapan kinerja masing-masing individu *driver* dengan harapan kinerja organisasi ataupun perusahaan. Hal ini akan mewujudkan dampak yang

baik sesuai dengan sistem manajemen kinerja, apalagi jika faktor inovatif kerja diterapkan dengan efektif. Ada juga manajemen yang mengkaji sistem manajemen dengan cara pembinaan dan pengenalan terlebih dahulu agar tidak mengalami kesalahan, jika melakukan kesalahan akan diberikan evaluasi untuk menghindari pengulangan. Untuk meningkatkan kinerja karyawan yang lebih baik, perusahaan harus membuat suatu sistem manajemen kinerja yang efektif agar kepentingan perusahaan dan kebutuhan *driver* mampu terealisasi dengan mudah, ini dapat dicapai dengan adanya komunikasi internal, Komunikasi Internal merupakan komunikasi yang terjadi dalam ruang lingkup lingkungan organisasi atau perusahaan. Komunikasi ini bisa terjadi antara *driver* dengan manajemen gojek dan manajemen gojek dengan atasan. Komunikasi ini terjadi karena terdapat sebuah struktur dalam organisasi. Tujuan dari komunikasi adalah untuk meningkatkan kualitas kinerja organisasi. Biasanya terjadi proses pertukaran informasi diantara batang – batang struktur organisasi maupun mitra gojek. Kualitas komunikasi ditentukan dari frekuensi dan intensitasnya. Dalam sebuah organisasi atau perusahaan akan selalu ada konflik dan atau hal yang dianggap tidak sesuai. Paul Argenti A. mengatakan bahwa Komunikasi Internal mengkaji bagaimana organisasi atau perusahaan dapat memperkuat hubungan dengan bawahan melalui sistem komunikasi internal. Komunikasi *internal* antara mitra yang efektif mempunyai beberapa tujuan antara lain: mendalami atau mengajarkan sesuatu, mempengaruhi perilaku seseorang, mengungkapkan perasaan, menjelaskan perilaku sendiri atau perilaku orang lain, berhubungan dengan orang lain, menyelesaikan suatu permasalahan atau persoalan, mencapai suatu tujuan, menurunkan ketegangan dan menyelesaikan konflik. Dari penjelasan di atas dapat ditarik solusi terbaik untuk meningkatkan kualitas

kinerja di PT. GOJEK INDONESIA, baik yang dilakukan pimpinan maupun karyawan, berikut kebijakan yang seharusnya dilakukan pimpinan di dalam perusahaan terhadap karyawannya :

- 1) Menyusun atau mengukur ketepatan dari kebijakan tarif.
- 2) Mengkaji lagi bentuk promosi yang di gunakan
- 3) Menjangkau konsumen dari semua kalangan khususnya yang menengah ke bawah.
- 4) Mengelola daya saing yang kuat agar tidak kalah dengan kompetitor.
- 5) Meningkatkan sistem yang ada tanpa merugikan pihak manapun.
- 6) Menjamin keamanan khususnya bagi konsumen agar memiliki kualitas yang baik.

Dalam menjalankan strategi bisnisnya PT. GOJEK INDONESIA mempunyai 3 (tiga) prinsip utama dalam menjalankan bisnisnya, yaitu :

- 1) Kecepatan

Sebagai penyedia jasa layanan *online*, Gojek selalu berusaha untuk selalu dapat melayani dengan cepat dan tepat, mereka terus belajar dari pengalaman agar bisa terus berkembang. Apalagi untuk transportasi *online*, ini adalah strategi pemasaran *online* paling diutamakan oleh Gojek dalam memberi layanan ke pelanggan.

- 2) Inovasi

Terus berinovasi dan menawarkan teknologi-teknologi terbaru untuk memudahkan *driver* dan pelanggannya, adalah salah satu kelebihan yang ditawarkan oleh aplikasi ini. Salah satu inovasi yang ditawarkan adalah sistem pembayaran non-tunai, bisa memesan makanan dan tiket nonton di Gojek dan masih banyak inovasi lainnya yang ditawarkan. Terus menerus berinovasi adalah salah satu strategi pemasaran online yang paling tidak boleh dilupakan.

- 3) Dampak Sosial

Gojek memiliki tujuan positif dalam menjalankan bisnis mereka yaitu dengan

memberikan dampak positif sosial yang besar terutama untuk masyarakat Indonesia.

Sebagai mitra kerja PT. Gojek seharusnya mengerti bahwa *driver* yang memiliki keterampilan dan kecepatan yang sama tetapi memiliki prestasi yang berbeda. Salah satu penyebabnya adalah kurang diperhatikannya inovasi yang terarah untuk menguntungkan *driver* dari pihak perusahaan, inovasi yang melewati beberapa tahap dan syarat yang sudah ditentukan. Ada beberapa syarat yang harus dipenuhi dalam berfikir inovatif yaitu elastisitas yang tinggi yaitu berfikir secara luas dengan batasan-batasan norma dan agama agar tidak terlalu jauh dari jalur kemudian produktifitas yang tinggi yaitu dapat menciptakan segala sesuatu yang baru tanpa henti tetapi tetap dalam batasan lalu memiliki sensitifitas yang tinggi terhadap lingkungan sekitar dan yang terakhir ialah originalitas yang tinggi dengan tidak meniru atau mengakui kreatifitas orang lain serta benar-benar baru dari otak kita. Inovatif yang baik dan positif mencakup keempat hal tersebut sehingga tidak boleh dipisahkan dari hal tersebut. Namun demikian, dalam konteks pemasaran dan konteks perilaku konsumen inovasi dikaitkan dengan produk atau jasa yang sifatnya baru. Baru untuk merujuk pada produk yang memang benar-benar belum pernah ada sebelumnya di pasar dan baru dalam arti ada hal yang berbeda yang merupakan penyempurnaan atau perbaikan dari produk sebelumnya yang pernah ditemui konsumen di pasar.

Inovasi merupakan suatu proses pembaharuan dari berbagai sumber daya, sehingga sumber daya tersebut bisa memiliki manfaat yang lebih bagi manusia. Saat ini inovasi dipengaruhi oleh penggunaan teknologi, karena dengan menggunakan teknologi dapat mempermudah melakukan produksi berbagai produk yang baru. Inovasi sangat berkaitan dengan pembaharuan kebudayaan khususnya pada bidang

penggunaan teknologi dan pada perekonomian.

Selain diperlukannya inovasi yang mempermudah pihak perusahaan juga harus menggunakan sistem pembagian tugas (orderan) yang adil dan merata. Sehingga setiap *driver* memiliki tanggung jawab yang tinggi atas pekerjaan secara merata. Dengan adanya sistem pembagian tugas tersebut maka *driver* akan mendapatkan keuntungan dan tidak adanya kecemburuan sosial antara sesama *driver*, karena sistem yang diterapkan adalah seperti halnya akun *driver* mana yang sering *online* atau terbaca oleh sistem akun itulah yang akan sering mendapatkan orderan karena dianggap produktif, sehingga *driver* dituntut untuk rajin dalam bekerja dengan menaikan penilaian performa masing-masing akun *driver*, maka secara otomatis *driver* akan beranggapan mengharuskan dirinya rajin dalam pekerjaannya untuk menaikan rating tersebut, karena menaikan *rate* memerlukan proses waktu agar dianggap bagus oleh sistem.

Apabila tidak adanya tanggung jawab atas pekerjaannya maka ia merasa tidak perlu untuk sering *online* ataupun rajin ke lapangan untuk bekerja dan hal tersebut juga dapat menyebabkan penurunan dari kualitas kinerjanya. Dengan demikian dari pihak perusahaan tidak hanya meninjau dari karyawan yang bekerja didalam kantor Gojek saja, namun alangkah baiknya perusahaan harus inovatif dalam menjalankan sistem yang dirasakan dampaknya oleh *driver* sendiri dalam melakukan tugasnya. Hal ini dilakukan agar mereka merasa memiliki adanya suatu tanggung jawab atas suatu pekerjaan yang diberikan oleh sistem pembagian orderan. Dengan sistem tersebut itu pula dapat menjadi suatu tantangan dan keharusan bagi mereka untuk diselesaikan dengan tepat waktu dan penuh kesungguhan.

Ada sebagian karyawan dalam melaksanakan tugasnya terkesan seadanya tanpa berusaha untuk meningkatkan efektifitas kerjanya, tetapi karena adanya

sistem yang inovatif untuk mendorong agar *driver* tidak bermalas-malasan dan tidak efektif dalam bekerja, maka dari situ peran inovasi dalam meningkatkan kualitas kinerja yang baik kelak akan tercapai.

2. Meningkatkan Kualitas Kinerja Driver Ojek Online

1) Menyusun atau mengkaji kebijakan tarif

Penyedia layanan Gojek harus menyusun dan mengkaji dampak dari penetapan tarif ojek *online* yang baru ditetapkan oleh Kementerian Perhubungan (Kemenhub). Kemenhub menetapkan, tarif ojek *online* antara Rp 1.850 hingga Rp 2.600 per kilometer (km) yang berlaku 1 Mei 2019. Kajian ini perlu, karena besaran tarif ini akan memengaruhi permintaan layanan ojek *online*. Kebijakan baru ini akan berdampak kepada driver secara signifikan kepada para pengguna dengan daya beli terbatas.

Gojek juga harus memperhatikan dampak kebijakan ini terhadap mitra lainnya, yang terhubung dengan lingkup ekosistem perusahaan. Sebagaimana diketahui, Gojek menyediakan beragam layanan seperti *Go-Food* dan *Go-Send* yang mengandalkan mitra pengemudi *driver* ojek *online*.

Survei *Research Institute of Socio-Economic Development* (RISED) terhadap 2.001 pengguna ojek online yang ada di 10 provinsi menunjukkan, 45,83% dari responden menyatakan tarif saat ini sudah sesuai. Bahkan 28% responden lainnya mengaku bahwa tarif ojek *online* saat ini sudah mahal, bahkan sangat mahal. Kenaikan tarif ojek *online* berpotensi menurunkan permintaan konsumen maupun kualitas kinerja driver secara tidak langsung.

2) Strategi promosi Gojek

Gojek memanfaatkan perkembangan teknologi saat ini. Salah satunya strategi dalam promosi jasa. Seperti penetapan media periklanan menggunakan media *internet*, sosial, brosur, *radio*, *direct selling*, event, *media partner*, dan juga melalui tradisional *marketing* seperti publikasi dari mulut ke mulut. Gojek

sendiripun sudah sangat familiar dikalangan artis sehingga dalam hal ini pihak Gojek juga memanfaatkan artis sebagai brand ambassador untuk menarik konsumen.

3) Menjangkau konsumen dari semua kalangan khususnya yang menengah ke bawah.

Strategi *digital marketing* Gojek selanjutnya adalah memperluas target pemasaran. Dalam perkembangannya dalam memberikan layanan kepada masyarakat, Gojek memiliki strategi pemasaran yaitu bisa menjangkau semua kalangan. Jika dulu Gojek hanya bisa digunakan untuk mereka yang tidak punya kendaraan, sekarang Gojek bisa digunakan untuk pemesanan makanan, belanja bulanan, pemesanan tiket dan banyak hal lainnya. Sehingga, aplikasi ini bisa digunakan oleh banyak kalangan.

4) Mengelola daya saing yang kuat agar tidak kalah dengan kompetitor.

Setelah bermunculan kompetitor yang hampir mirip dengan Gojek, Gojek melakukan beberapa cara agar Gojek tetap eksis di kalangan masyarakat Indonesia. Gojek menambah layanan yang dapat dimanfaatkan oleh masyarakat Indonesia tentunya untuk memudahkan segala urusan masyarakat dan tidak dimiliki oleh para pesaing serupa. Jadi sekarang Gojek tidak hanya melayani antar jemput masyarakat saja tapi Gojek juga tetapi memiliki berbagai layanan lainnya, dan juga karena Gojek lebih dulu hadir, Gojek mampu bermanuver lebih lincah, hal ini tentu menjadi kelebihan bagi perusahaan Gojek di dibandingkan dengan perusahaan serupa yang lainnya

5) Meningkatkan sistem yang ada tanpa merugikan pihak manapun.

Untuk meningkatkan sistem tanpa merugikan pihak manapun, Gojek dituntut untuk mengkaji dampak setiap sistem yang dijalankan dengan koordinasi di pusat.

6) Menjamin keamanan khususnya bagi konsumen agar *driver* tetap memiliki kualitas yang baik.

Aplikasi layanan *ride hailing* Gojek menyediakan fitur keamanan baru berupa tombol darurat yang dapat diakses oleh pengguna untuk menjaga keamanan mereka selama perjalanan. Unit Darurat ini terdiri dari tim internal Gojek yang bekerja sama dengan kepolisian. Aplikasi layanan *ride hailing* Gojek menyediakan fitur keamanan baru berupa tombol darurat yang dapat diakses oleh pengguna untuk menjaga keamanan mereka selama perjalanan. Pengguna yang mengakses tombol ini akan tersambung ke layanan unit darurat GOJEK, yang bekerja selama 24 jam dan tujuh hari seminggu, dan akan dimintai data-data terkait kasus yang dialami, antara lain nama konsumen, nama mitra pengemudi dan nomor pemesanan. Unit Darurat ini terdiri dari tim internal Gojek yang bekerja sama dengan kepolisian. Gojek juga memperkenalkan baru yaitu membagikan perjalanan baru atau share trip, sehingga pengguna dapat membagikan perjalanan bersama *driver* ke kontak yang dipilih dan perjalanan bisa dilacak secara *realtime*.

3. Faktor Pendukung Dalam Meningkatkan Kualitas Kinerja

Untuk mendukung sebuah inovasi dalam meningkatkan kualitas kinerja yang diharapkan perusahaan harus memiliki faktor penunjangnya, adalah sebagai berikut :

1) Sarana dan prasarana

Keadaan fasilitas (sarana dan prasarana) merupakan satu hal yang dapat menunjang pelaksanaan kerja *driver*, karena dengan ketersediaan fasilitas tersebut akan mempercepat dan mempermudah suatu pekerjaan untuk dapat diselesaikan dengan baik. Selain itu juga harus mencukupi, dalam artian bahwa fasilitas yang ada kegunaannya bersifat wajib dimiliki, seperti halnya *driver* Gojek yang merupakan mitra untuk melakukan pekerjaannya harus memiliki *smartphone* untuk menjalankan aplikasi, kendaraan sebagai alat transportasi dan kelengkapan seperti Sim ataupun ktp. Namun juga perlu diketahui PT GOJEK INDONESIA juga

menyediakan seperti fasilitas untuk *driver* seperti halnya Aplikasi yang terus disesuaikan berdasarkan kebutuhan *driver* yang tersedia berbagai fitur didalamnya yang memudahkan *driver*, maupun jaket dan helm berlogo GOJEK sebagai identitas ataupun dalam kata lain seragam kerja seorang *driver*.

2) Pembinaan dan disiplin kerja

Pembinaan dalam disiplin kerja *driver* PT. GOJEK Indonesia ditekankan melalui training di awal saat proses pendaftaran untuk menjadi mitra, seperti pengenalan cara penggunaan, kegunaan fitur yang ada pada aplikasi, kelengkapan atribut untuk bekerja yang akan dikenakan dalam menjalankan pekerjaan, dan penjelasan cara bekerja yang maksimal.

3) Kesejahteraan Driver

Agar dapat termotivasi dalam meningkatkan kualitas kinerja, salah satu yang mendorongnya adalah tingkat kesejahteraan yang cukup. Kesejahteraan perlu mendapat perhatian khusus karena sangat mempengaruhi sikap dan mental para driver dan tentunya juga terhadap kualitas kerjanya.

Pemberian kesejahteraan di PT. GOJEK Indonesia kepada mitra sekaligus *driver* antara lain adalah :

1) Insentif / Tunjangan

Selain upah yang diterima driver pada setiap orderan yang diselesaikan, *driver* juga mendapatkan insentif berdasarkan tingkat perporma pekerjaan yang ia capai dan telah diatur ketetapannya.

2) Asuransi

Pada PT. GOJEK INDONESIA, *driver* memiliki program akses asuransi, para mitra Gojek bisa mendapatkan asuransi kendaraan bermotor dan asuransi kesehatan dengan premi yang sangat terjangkau. Untuk asuransi kendaraan bermotor, Gojek bekerja sama dengan Pasar Polis. Sedangkan, untuk asuransi kesehatan Gojek bekerja sama dengan Allianz. Berikut Penjelarasannya adalah :

(1) Asuransi Kesehatan Allianz

(1.1) Rawat jalan, rawat inap, pembedahan, imunisasi dasar dll dengan cara mitra cukup membawa kartu peserta dan KTP di RS/Klinik Allianz khusus Gojek.

(2) Asuransi Kendaraan Bermotor, GO-Proteksi Pasar Polis (GO-RIDE)

(2.1) Santunan dana pendidikan anak apabila *driver* tutup usia akibat kecelakaan.

(2.2) Perlindungan terhadap helm, jaket, dan HP akibat kecelakaan.

(2.3) Perlindungan barang pesanan *customer* akibat kecelakaan.

(2.4) Penggantian DP motor apabila kehilangan motor.

(3) Asuransi Kendaraan Bermotor, GO – Proteksi Pasar Polis (GO-CAR Sempel)

(3.1) Santunan dana pendidikan anak apabila *driver* tutup usia akibat kecelakaan.

(3.2) Manfaat tanggung jawab hukum pihak ketiga.

(3.3) Santunan tunai harian akibat sakit dan kecelakaan maks. 90 hari / tahun.

(4) Asuransi Kendaraan Bermotor, GO-Proteksi Pasar Polis (GO-CAR Komplit)

(4.1) Santunan akibat meninggal atau cacat tetap permanen akibat kecelakaan sebesar.

(4.2) Manfaat tanggung jawab hukum pihak ketiga.

(4.3) Perlindungan kecelakaan kepada penumpang

(4.4) Santunan tunai harian akibat kecelakaan kepada penumpang dan pengemudi.

(4.5) Perlindungan lengkap menyeluruh terhadap kendaraan, yaitu: Kehilangan (sesuai harga pertanggungan), kebakaran, banjir, resiko pihak ketiga, perbuatan orang jahat, bencana alam, kerusakan, keributan, terorisme, dan sabotase.

PENUTUP

PT. GOJEK INDONESIA adalah sebuah perusahaan yang bergerak pada bidang jasa, layanan dan transportasi berbasis

aplikasi *online* yang menjalankan kerjasama dengan *driver* ojek *online* sebagai mitra dan berbagai layanan untuk memenuhi konsumen, yang berpusat di Jakarta termasuk cabang regional Banjarmasin yang beralamat di Jl. A. Yani Km 11,3 Simpang Empat. Gambut. Banjar. Kalimantan Selatan. Pada Awalnya, PT. GOJEK INDONESIA hanya menggunakan layanan dengan memanfaatkan SMS dan telepon, tapi kemudian GOJEK membuat inovasi dengan membuat aplikasi berbasis internet di berbagai fitur pada aplikasi untuk Android dan *iOS* demi melakukan pemesanan. Selain pemesanan ojek, GOJEK juga menyediakan layanan kurir instan serta jasa pembelian sebuah produk yang selanjutnya akan diantarkan kepada pemesan (*shopping delivery*). Setelah itu semakin lama permintaan pasar yang semakin berubah-ubah Gojek menambahkan fitur-fitur terbaru seperti pijat, bersih-bersih rumah, obat-obatan, dll. Apa yang dilakukan manajemen PT. GOJEK INDONESIA masih ada beberapa kebijakan-kebijakan dari pusat yang belum memenuhi harapan dan keinginan para *driver* sebagai mitranya secara signifikan, akan tetapi pihak manajemen akan berusaha selebihnya dan seterusnya agar kedepannya bisa menjalankan kebijakan yang lebih inovatif untuk meningkatkan dorongan kualitas kinerja yang baik kepada *driver*. Dalam usaha untuk meningkatkan kualitas kinerja pada *driver* PT. GOJEK INDONESIA BANJARMASIN, maka pihak manajemen dituntut untuk selalu inovatif baik dalam menentukan kebijakan maupun fitur pada aplikasi yang di gunakan *driver* yang mana adalah mitranya.

DAFTAR PUSTAKA

Ancok D., 2012, Psikologi Kepemimpinan dan Inovasi, Erlangga, Jakarta.

Ansyar M. dan Nurtain H. 1991, Pengembangan dan Inovasi Kurikulum, Jakarta.

Arikunto S., 2013, *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta.

Hasibuan, 2011, *Manajemen : Dasar, Pengertian, dan masalah*, Aksara bumi, Jakarta.

Komarudin, 2001, *Ensiklopedia Manajemen*, Edisi IX, Bumi Alam, Jakarta.

LAN, 2007, *Dimensi Pelayanan Publik Manajemen Inovasi dan Penciptaan Nilai*, Jakarta.

Mahmud, 2011, *Metode Penelitian Pendidikan*, Pustaka Setia, Bandung

Manulang M., 2006, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Ghalia, Jakarta.

Saiyadain M. S., 2003 *Organisational Behavior*. New Delhi : Tata McGraw-Hill

Sedarmayanti, 2011, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Refika Aditama, Bandung

Sumiyarto, 2006, *Mengapa Organisasi Mengadopsi Inovasi : Sebuah Literatur*, Manajemen dan usahawan, Vol 35, no 10.

Suryani, Tatik, 2008, *Perilaku Konsumen : Implikasi Pada Strategi Pemasaran*, Yogyakarta

Udin Saefudin Sa'ud, 2008, *Inovasi Pendidikan*, Bandung.