

SIMBIOSIS MUTUALISME DALAM BISNIS OJEK ON-LINE (GOJEK) DI YOGYAKARTA

¹R. Nanang W, ²Bambang N, ³Jumintono.

Program Pasca Sarjana, Master Pendidikan Vokasi Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta
nanawrt@gmail.com, bambangnoor23@gmail.com, masmentosragen@gmail.com

ABSTRAK; Perkembangan Ilmu dan teknologi saat ini sangat pesat sekali tanpa perlu menghitung tahun untuk mencipta atau menemukan suatu hal yang baru. Dalam perkembangannya internet semakin lekat dengan kehidupan di sekitar kita. Dalam dunia transportasi di Yogyakarta moda angkutan umum hanya menjadi sebuah sejarah perkembangan kota karena kemajuan jaman yang secepat ini. Penelitian ini akan meneliti tentang adanya hubungan simbiosis mutualisme dalam bisnis jasa layanan on-line Gojek di Yogyakarta antara gojek selaku penyedia aplikasi, driver sebagai mitra utama dalam menjalankan jasa transportasi dan yang lainnya, pemilik outlet/resto/apotek sebagai mitra penyedia layanan kebutuhan, serta konsumen customer sebagai pemakai layanan bisnis jasa on-line Gojek. Penelitian ini adalah model penelitian lapangan (*field research*) bersifat diskriptif kualitatif dengan metode pengumpulan data secara observasi dan wawancara yang mendalam.

Kata kunci; *simbiosis mutualisme*

I. PENDAHULUAN

Transportasi merupakan sarana umum yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat kita, khususnya di Yogyakarta yang dikenal sebagai kota pelajar. Di kota ini transportasi merupakan hal yang sangat pokok sebagai penunjang kegiatan masyarakat di Jogja. Namun belakangan moda angkutan umum ini berhenti karena mahal biaya operasional yang harus ditanggung oleh perusahaan, selain hal tersebut sejak diterbitkannya UU No. 22 tahun 2009, tentang lalulintas dan angkutan jalan serta mulai

beroperasinya *tranjogja* yang nota bene lebih murah dan lebih nyaman membuat angkutan kota ini gulung tikar. Hal ini berdampak pada pelayanan pada masyarakat, selain nyaman dan murah masyarakat juga menuntut transportasi itu cepat sehingga dapat menghemat waktu, hal tersebut belum mampu diwujudkan oleh pemerintah Yogyakarta karena keterbatasan armada *tranjogja*.

Selain hal tersebut keberadaan taksi manual juga tidak menjadi daya tarik karena biaya yang mahal, bahkan ojek manual juga masih dianggap mahal bagi masyarakat Jogja. Para pebisnis online mengambil peluang dari kondisi tersebut karena melihat semua orang telah terbiasa menggunakan gadget. Apalagi sejak ditemukannya media internet seperti dunia yang besar ini terbuka bagi kita. Teknologi saat ini membuat orang ketergantungan terhadap internet hal inilah yang menggugah penulis untuk melakukan penelitian tentang bisnis on-line Go-jek yang mampu menciptakan bukan hanya sekedar lapangan pekerjaan baru namun juga mampu menciptakan peluang yang dapat menguntungkan semua pihak yang terlibat dalam jaringan bisnis tersebut.

Mutualisme adalah hubungan menarik antara spesies yang telah berevolusi untuk bekerja dan hidup bersama untuk bertahan hidup. Untuk hubungan harus diklasifikasikan sebagai benar-benar mutualisme, kedua spesies yang terlibat harus mendapatkan keuntungan dalam beberapa cara. Prinsip simbiosis Mutualisme ini adalah bagaimana kita bisa menciptakan suatu kondisi antara kita sebagai penjual dengan si pembeli ini juga untung ataupun sebaliknya (Hatta: 2011).

Bisnis adalah suatu bentuk dari aktivitas yang utamanya bertujuan dalam memperoleh keuntungan bagi yang mengusahakan atau yang berkepentingan di dalam terjadinya aktivitas tersebut (L.R Dicksee). Bisnis adalah serangkaian kegiatan yang berhubungan dengan pembelian ataupun penjualan barang dan jasa yang dilakukan secara berulang-ulang, penjualan jasa ataupun barang yang hanya terjadi satu kali saja bukanlah merupakan pengertian bisnis (paterson dan plowman). Senada dengan plowman, Meriem Websler menyatakan Bisnis adalah suatu aktivitas pembuatan, pembelian atau penjualan barang dan jasa yang kemudian dipertukarkan dengan uang; kerja atau aktivitas yang merupakan bagian dari pekerjaan; jumlah aktivitas yang telah diselesaikan oleh sebuah toko, perusahaan, pabrik dan lain lain (Merriam Webster). Bisnis adalah keseluruhan aktivitas yang terorganisir dalam bidang perniagaan dan industry penyediaan barang dan jasa agar terpenuhi kebutuhan masyarakat serta dalam memperbaiki kualitas kehidupan masyarakat (selman dan Jackson) dari pengertian para pakar dapat disimpulkan bahwa bisnis adalah suatu bentuk aktifitas yang terorganisir untuk melakukan usaha atau kegiatan dalam bentuk barang atau jasa untuk memperoleh rabat atau keuntungan.

Bisnis online adalah suatu kegiatan atau aktifitas yang dilakukan didunia maya untuk menghasilkan uang (Top Lintas.com). Bisnis online adalah segala bentuk kegiatan dengan menggunakan fasilitas internet untuk mencapai tujuan. Bisnis online merupakan segala jenis kegiatan bisnis yang dilakukan secara online (melalui internet). Setiap pelaku usaha yang sebagian aktivitasnya ataupun semua aktivitas bisnisnya dilakukan melalui internet, bisa dikatakan mereka menjalankan bisnis online. Aktivitas bisnis online ini bisa meliputi kegiatan jual beli online, maupun menyediakan jasa secara online, dan banyak jenis bisnis lainnya yang bisa kita temukan di online di berbagai bidang industri. Dari pengertian tersebut dapat di simpulkan bahwa bisnis online adalah aktifitas bisnis dengan sarana utama internet sebagai media bisnis untuk memperoleh keuntungan

Perusahaan Go-jek berdiri pada tahun 2010 bermula 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.

Go-jek adalah sebuah perusahaan teknologi berjiwa sosial yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan pekerja di berbagai sektor informal di Indonesia. Kegiatan Go-jek bertumpu pada 3 nilai pokok: kecepatan, inovasi, dan dampak sosial.

Kecepatan

Melayani dengan cepat, dan terus belajar dan berkembang dari pengalaman.

Inovasi

Terus menawarkan teknologi baru untuk mempermudah hidup Anda.

Dampak Sosial

Memberikan dampak positif sosial sebesar-besarnya untuk masyarakat Indonesia.

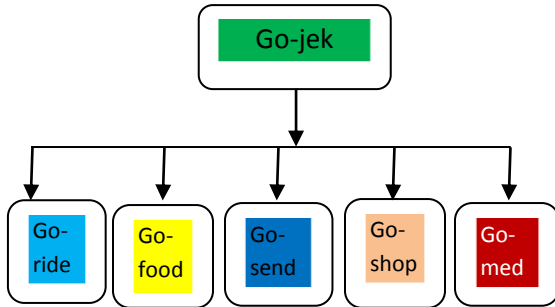


Gambar 1: bentuk kemitraan bisnis online go-jek

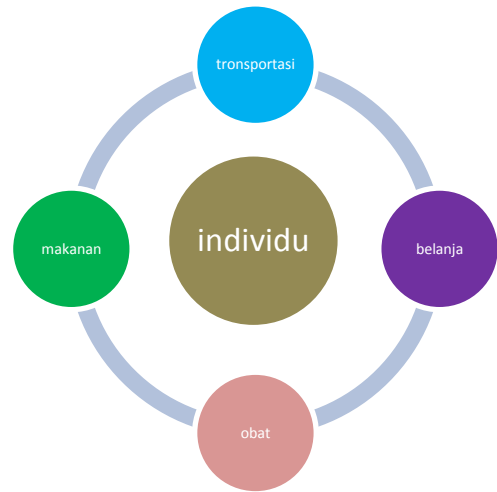
Jenis peyanan dalam Go-jek antara lain :

1. Go-Ride yaitu jasa layanan untuk mengantar individu dari suatu tempat ke tempat yang lain
2. Go-Food yaitu jasa layanan untuk memenuhi konsumen dalam pengadaan makanan
3. Go-Send yaitu jasa layanan untuk masyarakat dalam hal pengiriman barang/paket dalam kota
4. Go-Mart/Shop yaitu jasa layanan untuk masyarakat dalam hal belanja ke supermarket

5. Go-Medical yaitu jasa layanan untuk masyarakat dalam hal pembelian obat di Apotik.



Gambar 2; jasa layanan yang ditawarkan gojek

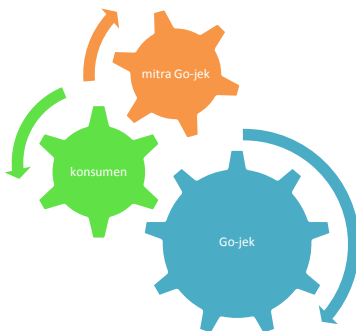


Gambar 4; kebutuhan harian individu

II. METODE PENELITIAN

A. Paradikma Penelitian

berdasarkan observasi dilapangan terlihat bahwa dengan adanya layanan jasa online gojek terliha bahwa semua merasa terbantu serta dimudahkan dalam menjalankan rutinitas kesehariannya tergambar sebagai berikut



Gambar 3; bentuk saling membutuhkan dalam halmenjalankan bisnis online

Sementara dalam aktifitas keseharian seorang individu selalu ingin serba cepat dan praktis, dan dalam hal ini gojek berusaha memenuhi tuntutan masyarakat secara umum tersebut.

Subyek penelitian adalah semua elemen yang terlibat dalam aktifitas bisnis jasa online gojek yang terdiri dari 4 kelompok besar yaitu;perusahaan gojek dalam hal ini diwakili manajemen wilayah jogja,mitra gojek sebagai driver,mitra gojek sebagai pemilik outlet serta konsumen/costumer sebagai pengguna layanan jasa on-line gojek.

Obyek penelitian adalah tingkat kepuasan serta bentuk keuntungan yang diperoleh oleh semua pelaku yang terlibat dalam bisnin jasa on-line gojek.

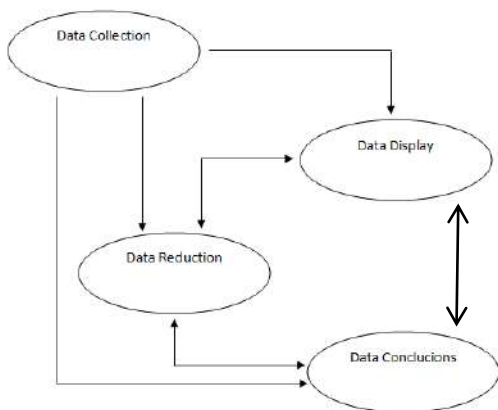
B. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah hasil observasi dan wawancara. Observasi dilakukan langsung kelapangan dengan hasil: kantor go-jek setiap hari selalu ramai oleh para calon mitra gojek yang ingin bergabung, didalam kantor go-jek karyawan terbagi dalam beberapa divisi antara lain: (1) divisi go-food Untuk mengurus para calon mitra pemilik outlet makanan; (2) divisi go-ride dan go-car bertugas mengurus calon mitra sebagai driver; (3)divisi penerimaan dokumen driver; (4) divisi costumer service, mengurus para driver yang terjadi masalah dilapangan(terkena suspended). Wawancara yang mendalam pada para pelaku yang terlibat dalam bisnis jasa on-line gojek yang

terwakili menjadi empat kelompok besar yaitu; perusahaan gojek dalam hal ini diwakili manajemen wilayah jogja, mitra gojek sebagai driver, mitra gojek sebagai pemilik outlet dan konsumen/costumer sebagai pengguna layanan jasa on-line gojek.

C. Analisa Data

Data yang diperoleh merupakan hasil wawancara, pengamatan, kuesioner, dan dokumentasi dianalisis serta diinterpretasi untuk memenuhi tuntutan tujuan penelitian. Agar penyajian data lebih bermakna dan mudah dipahami maka langkah analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data model Miles dan Hubermen (1984), mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya jenuh. Ukuran kejenuhan data ditandai dengan tidak diperolehnya lagi data atau informasi baru. Data disajikan dalam bentuk kata verbal bukan dalam bentuk angka. Agar penyajian data lebih bermakna dan mudah dipahami maka langkah analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis interactive. Aktivitas dalam analisis meliputi reduksi data (data reduction), penyajian data (data display) serta Penarikan kesimpulan dan verifikasi (conclusion).



Gambar 5. Komponen dalam Analisis data(interaktif model)

Analisis data model Miles dan Hubermen secara garis besar dibagi menjadi empat periode yaitu:

1. *Data collection* (koleksi data)

Pada tahap ini peneliti melakukan wawancara secara detail dan mendalam sehingga akan tercapai pada titik kejenuhan data. Pada proses ini peneliti harus mencatat secara teliti karena data yang diperoleh akan sangat banyak dan belum tertata secara rapi.

2. *Data Reduction* (Reduksi Data)

Langkah berikutnya adalah reduksi data pada tahap ini selama periode wawancara peneliti juga sudah mulai memilih dan memilah data yang memang penting dan dibutuhkan dalam penelitian ini

3. *Data Display* (penyajian data)

Langkah berikutnya yaitu display data dan juga melakukan analisis data, dalam tahap ini peneliti secara terbuka mendiskusikan hasil temuan penelitiannya dengan teman sejawat atau pembimbing penelitian untuk dikaji bersama

4. *Conclusion drawing/verifying*

Pada tahap ini setelah melalui diskusi peneliti menyimpulkan hasil penelitian yang dilakukannya. Jika Kesimpulan yang diambil didukung dengan bukti yang kuat dan dapat menjawab rumusan masalah maka kesimpulan tersebut kredibel. Apabila kesimpulan yang dibuat belum didukung bukti yang kuat dan belum dapat menjawab rumusan masalah maka peneliti akan kembali kelapangan untuk mencari bukti yang mendukung.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Managemen Gojek

Menciptakan lapangan kerja baru, ataupun memberi peluang pekerjaan sampingan dengan penghasilan tambahan yang menjanjikan tanpa kehilangan pekerjaan utama, membuat dampak positif di dalam kehidupan

bermasyarakat, memudahkan akses masyarakat dalam hal jasa transportasi dan jasa layanan yang lainnya, misal pengiriman barang (go send), pemesanan makanan (go food), pembelian obat (go Med)

Mitra penyedia layanan

Masyarakat yang jadi mitra layanan merasa terbantu dengan adanya go-jek. omset meningkat antara 20-50%, apalagi go-food saat bulan puasa mencapai 100%, mitra juga senang produknya dikenal khalayak umum. serta pendapatan juga meningkat, secara langsung juga produk mereka sudah terpampang pada aplikasi go-jek sehingga biaya promosi ikut berkurang. *Branded* perusahaan dan produknya semakin terkenal dikalangan masyarakat.

Mitra Driver

Dengan bergabung menjadi mitra driver pendapatan keluarga meningkat, pendapatan rata-rata driver diatas upah minimum regional, sehingga kesejahteraan meningkat.

Konsumen

Dengan adanya layanan jasa Gojek masyarakat merasa terbantu akan adanya transportasi yang mudah, cepat dan murah, bisa menghemat waktu. Dalam segi pengadaan makanan dan lainnya masyarakat merasa senang, tidak perlu repot antri di rumah makan tinggal menunggu pesanan datang. waktu di rumah dan keluarga bisa lebih leluasa, konsumen juga merasa tertolong jika ada barang/dokumen yang penting tertinggal di rumah atau harus mengantar barang dengan cepat dan banyak ke beberapa tempat (saat antar parcel/bingkisan lebaran), dalam pengadaan obat tinggal tunggu saja tanpa harus pergi meninggalkan yang sakit di rumah, hemat waktu.

IV. KESIMPULAN

Dari penelitian

Diskriptif kualitatif diatas dapat disimpulkan bahwa:

1. Misi dari pihak Go-jek tercapai dengan 3 slogan utama mereka yaitu Kecepatan, inovasi dan dampak sosial, Gojek juga butuh mitra untuk menjalankan bisnisnya.
2. Para mitra go-jek merasa diuntungkan dan merasa semakin sejahtera dengan keberadaan Go-jek di Yogyakarta
3. Konsumen merasa terbantu dengan adanya Go-jek dalam hal transportasi dan yang lainnya (pengadaan makanan, pengiriman barang atau pembelanjaan)
4. Dalam bisnis online Go-jek memang betul betul terjadi hubungan yang saling menguntungkan (simbiosis mutualisme) antara semua pihak yang terlibat dalam bisnis online tersebut (Gojekelaku penyedia aplikasi, mitra gojek sebagai pelaku di lapangan dan Konsumen selaku pemakai)

DAFTAR PUSTAKA

- LR.Dicksee. *Business Organisation*.www.Depository.com
- Merriam webster. *English dictionary*.www.merriam webster.com
- Matthew B. Miles,A. Michael Huberman,Johnny Saldana. (1994). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*. London: Sage publication.lcn
- Muh Hatta (2011). *Simbiosis mutualisme dalam bisnis*. malang:
- Peterson and Plowman(1958), *Business Organisation and management* Homewood, Ill., R.D. Irwin