

Analisis Perkembangan Industri Transportasi Online di Era Inovasi Disruptif (Studi Kasus PT Gojek Indonesia)

¹⁾Ayu Aziah ²⁾ Popon Rabia Adawia
¹⁾ Universitas BSI Bandung ²⁾ AMIK BSI Tangerang
¹⁾ayu.azz@bsi.ac.id, ²⁾popon.pra@bsi.ac.id

Cara Sitasi: Aziah, A., & Rabia, P. (2018). Analisis Perkembangan Industri Transportasi Online di Era Inovasi Disruptif (Studi Kasus PT Gojek Indonesia). *Cakrawala*, 18 (2), 149–156. Retrieved from doi: <https://doi.org/10.31294/jc.v18i2>

Abstract – *In the current disruptive era, technological development is developing so rapidly that it encourages the creation of new innovations and ultimately replaces the previous technology. One industry that is experiencing very rapid growth today is in an online-based transportation business. As time goes by, PT Gojek Indonesia as the first company in the field of online transportation has developed rapidly, so researchers are interested in analyzing the development of the online transportation industry in the current disruptive era. In this study researchers used descriptive research methods. Disruptive innovation is a must-have for all industries today. No exception in the online transportation industry even disruptive innovations have a very important role. In order to continue to grow, compete and survive in the industry. In creative industries like this everything can still happen. The main players who have become market leaders and have huge amounts of capital may be toppled against the most disruptive new players and provide the most important value desired or needed by users.*

Keywords: *disruptive era, online transportation, technology*

PENDAHULUAN

Saat ini perkembangan di industri transportasi berkembang dengan sangat pesat. Setiap tahun terjadi peningkatan jumlah kendaraan baik kendaraan mobil penumpang, mobil bis, mobil barang, maupun sepeda motor. Dari keempat moda transportasi tersebut peningkatan jumlah sepeda motor dari tahun ketahun adalah yang paling tinggi. Data yang bersumber dari Badan Pusat Statistik menerangkan bahwa peningkatan jumlah sepeda motor dari tahun 2015 ke 2016 adalah sebesar 6.268.815 unit atau meningkat sebesar 6,34% (Badan Pusat Statistik, 2018). Di bawah ini merupakan tabel perkembangan jumlah kendaraan bermotor periode 2011 sampai dengan 2016.

Tabel 1 Jumlah Kendaraan Bermotor

Jenis	2014	2015	2016
Mobil Penumpang	12.599.038	13.480.973	14.580.666
Mobil Bis	2.398.846	2.420.917	2.486.898
Mobil Barang	6.235.136	6.611.028	7.063.433
Sepeda Motor	92.976.240	98.882.267	105.150.082

Sumber: badan pusat statistik

Peningkatan jumlah kendaraan bermotor tentunya searah dengan peningkatan kemacetan di Indonesia terutama di kota-kota besar. Sehingga untuk dapat menunjang mobilitas masyarakat yang tinggi, sangat diperlukan moda transportasi yang efektif untuk dapat menghindari atau mengurangi kemacetan. Permasalahan transportasi perkotaan umumnya meliputi kemacetan lalu lintas, parkir, angkutan umum, polusi dan masalah ketertiban lalu lintas (Munawar, 2007).

Menurut (Munawar, 2007) kemacetan lalu lintas akan selalu menimbulkan dampak negatif, baik terhadap pengemudinya sendiri maupun ditinjau dari segi ekonomi dan lingkungan. Bagi pengemudi kendaraan, kemacetan akan menimbulkan ketegangan (*stress*). Selain itu juga akan menimbulkan dampak negatif ditinjau dari segi ekonomi yang berupa kehilangan waktu karena waktu perjalanan yang lama serta bertambahnya biaya operasi kendaraan (bensin, perawatan mesin) karena seringnya kendaraan berhenti. Selain itu, timbul pula dampak negatif terhadap lingkungan yang berupa peningkatan polusi udara karena gas racun CO serta peningkatan gangguan suara kendaraan (kebisingan). Pedal rem dan gas yang silih berganti digunakan akan menyebabkan penambahan polusi udara serta kebisingan karena deru suara kendaraan. Kemudian untuk menghilangkan *stress*, para pengemudi akan lebih sering menggunakan klakson sehingga menimbulkan kebisingan.

Masalah transportasi perkotaan yang lain adalah masalah parkir. Masalah ini tidak hanya terbatas di kota-kota besar saja. Tidak ada fasilitas parkir di dekat pasar-pasar. Beberapa supermarket hanya mempunyai tempat parkir yang begitu sempit, yang hanya dapat menampung beberapa kendaraan roda empat saja. Beberapa gedung pertunjukan/gedung bioskop bahkan tidak mempunyai fasilitas parkir untuk kendaraan roda empat.

Masalah lain yang tak kalah pentingnya ialah fasilitas angkutan umum. Angkutan umum perkotaan, yang saat ini didominasi oleh angkutan bus dan mikrolet masih terasa kurang nyaman, kurang aman dan kurang efisien. Angkutan massal (*mass rapid transit*) seperti kereta api masih kurang berfungsi untuk angkutan umum perkotaan. Berdesak-desakan di dalam angkutan umum sudah merupakan pandangan sehari-hari di kota-kota besar. Pemakai jasa angkutan umum masih terbatas pada kalangan bawah dan sebagian kalangan menengah. Orang-orang berdasi masih enggan memakai angkutan umum, karena *comfortability* angkutan umum yang masih mereka anggap terlalu rendah, dibandingkan dengan kendaraan pribadi yang begitu nyaman dengan pelayanan dari pintu ke pintu. Sementara itu sistem angkutan umum massal (SAUM) yang modern sebagai bagian integral dari ketahanan daya dukung kota (*city survival*) masih dalam tahap rancangan dan perencanaan dan belum berada di dalam alur utama (*mainstream*) kebijakan dan keputusan pemerintah dalam rangka menciptakan sistem transportasi kota yang berimbang, efisien dan berkualitas. Belum terciptanya SAUM modern sebagai atribut menuju kota "metropolitan" dan oleh karenanya belum merupakan alternatif yang patut diperhitungkan bagi pembuat perjalanan merupakan pembenaran dari pemakaian kendaraan pribadi okupansi rendah yang tidak efisien. Oleh karena selama beberapa dekade belakangan ini tidak ada langkah "terobosan" yang berarti, maka antrian dan kemacetan lalu lintas yang berkepanjangan pada setiap koridor dan pusat kota, dan sebagai akibatnya pemborosan besar-besaran dari energi BBM serta polusi udara, akan terus menjadi menu sehari-hari dari para pembuat perjalanan di perkotaan (*urban trip makers*).

Untuk menjawab kebutuhan masyarakat tersebut, saat ini telah lahir beberapa perusahaan penyedia aplikasi transportasi online. Menurut (Wahyusetyawati, 2017) transportasi merupakan sarana yang umum digunakan untuk mengangkut barang atau manusia dari satu tempat ke tempat lain. Transportasi *online* adalah salah satu contoh pengembangan teknologi berbasis aplikasi disambut cukup baik di awal kemunculannya karena dianggap sebagai salah satu inovasi terbaik saat ini.

Transportasi *online* muncul di tengah kondisi sistem transportasi di Indonesia yang belum tertata dengan baik. Beberapa perusahaan besar berlomba untuk membentuk perusahaan transportasi berbasis aplikasi online, beberapa di antaranya adalah Gojek, Grab maupun Uber. Bagi sebagian orang transportasi *online* merupakan solusi atas sistem transportasi yang masih buruk, namun di sisi lain merupakan masalah bagi orang-orang yang menggantungkan hidup dari jasa transportasi yang tidak mengandalkan teknologi. Transportasi *online* menawarkan kemudahan, biaya yang lebih murah, kenyamanan dan keamanan yang lebih terjamin, maka tidak mengherankan jika banyak orang yang beralih dari moda transportasi konvensional ke moda transportasi *online*. Seiring dengan waktu, kehadiran transportasi *online* ini menimbulkan kecemburuan sosial bagi transportasi konvensional yang sudah ada sebelumnya, baik ojek, taksi, bus dan lain sebagainya.

Transportasi *online* dituding sebagai penyebab menurunnya pendapatan para pengemudi transportasi konvensional. Aksi protes, penolakan, penghadangan dan puncaknya adalah demo besar-besaran yang menolak kehadiran *Gojek*, *Uber* dan *Grab* dilakukan oleh para pengemudi transportasi konvensional. Salahkah dengan adanya aplikasi *online* di bidang transportasi ini? Tentu saja tidak, karena kemajuan teknologi adalah sesuatu yang tidak bisa kita hindari dalam kehidupan ini.

Jika sebelumnya untuk memperoleh moda transportasi yang diinginkan, masyarakat harus memperoleh dengan cara manual atau dapat menghubungi call center dari moda transportasi tersebut, saat ini masyarakat dengan mudah dapat memilih berbagai moda transportasi yang diinginkan dengan menggunakan handphone berbasis android. Dengan menggunakan aplikasi tersebut masyarakat dapat memperoleh estimasi jumlah biaya yang dikeluarkan untuk perjalanan yang akan dilakukannya, selain itu masyarakat merasa lebih aman dengan menggunakan aplikasi karena data pengemudi dan kendaraan tertera dengan jelas di aplikasi yang digunakan.

Moda transportasi pilihan masyarakat yang sebelumnya bersifat offline saat ini telah berinovasi menjadi bersifat online dan lebih modern. Menurut (Khasanah et al., 2016) inovasi adalah tindakan sistematis pengubahan sesuatu (produk, ide, informasi, teknologi dan lain-lain) menjadi suatu sumber daya yang bernilai tinggi bagi target pasar. Adapun sifat dari inovasi terdiri dari: pergantian, penghiliran, penambahan, penyusunan ulang, penghapusan, penguatan.

Schumpeter dalam (Hamid, 2017) memperkenalkan sebuah inovasi sebagai:

1. Memperkenalkan suatu barang (dapat diartikan teknologi) baru.
2. Menggunakan cara baru dalam memproduksi barang.
3. Memperluas pasar suatu barang ke daerah-daerah yang baru.
4. Mengadakan reorganisasi dalam suatu perusahaan.
5. Mengembangkan sumber bahan mentah yang baru.

Dari kelima pembaharuan yang diklasifikasikan oleh Schumpeter tersebut terlihat bahwa hasil akhir yang ingin dicapai adalah efisiensi dan efektifitas sebuah proses produksi. Perubahan yang dilakukan diharapkan mampu menambah nilai produk dengan menyederhanakan proses produksi itu sendiri. Proses tersebut pada dasarnya merupakan hal yang dilakukan oleh para pengusaha yang berinovasi.

Kegiatan pembaharuan (inovasi) oleh para pengusaha akan menimbulkan efisiensi (Oakey, 2015). Dari efisiensi tersebut akan menyebabkan turunnya harga produk secara berkala. Selanjutnya teori pasar mulai memainkan perannya. Dengan harga yang turun akan menaikkan konsumsi masyarakat. Dari sisi lain dapat dilihat bahwa proses inovasi akan membuka kesempatan kerja baru dengan pendapatan yang lebih tinggi. Perkembangan dan perluasan lapangan kerja akan membuat banyak orang masuk dalam pasar tenaga kerja yang lebih baik. Dengan pekerjaan yang baik akan meningkatkan pendapatan. Pendapatan yang meningkat cenderung akan diikuti dengan konsumsi yang meningkat pula. Dengan kata lain, kegiatan inovasi yang dilakukan pengusaha akan meningkatkan pendapatan masyarakat sekaligus meningkatkan konsumsinya.

Menurut Clayton M. Christensen dan Joseph Bower pada artikel "Disruptive Technologies: Catching the Wave" di jurnal *Harvard Business Review* (1995) dalam tulisan (Khasanah et al., 2016) menyatakan bahwa inovasi disruptif adalah inovasi yang membantu menciptakan pasar baru, mengganggu atau merusak pasar yang sudah ada, dan pada akhirnya menggantikan teknologi terdahulu tersebut.

Disruptive Innovation, dalam bahasa Indonesia yang disadur bebas berarti inovasi yang mengacau atau inovasi yang mengganggu. Kata mengganggu pada konteks ini tidak dapat diambil maknanya secara bebas begitu saja. Sejalan dengan perkembangan teknologi, mengganggu dalam konteks ini bermakna bahwa munculnya inovasi

teknologi baru akan mengganggu keberadaan teknologi yang lama (Hamid, 2017).

Dalam konteks abad 21, (Amajida, 2016) mengatakan bahwa teknologi telah mendorong berkembangnya masyarakat digital (*digital society*). Masyarakat kini dapat terhubung dengan internet sepanjang waktu dan perangkat digital pun terkoneksi dengan internet hampir di semua lokasi. *Smartphone* dan *tablet computers* dapat dengan mudah dibawa sepanjang waktu.

Selain menggunakan akses internet sebagai tulang punggung (*backbone*), moda transportasi ojek berbasis aplikasi android juga menggunakan fitur GPS sebagai pendukung pelayanan. GPS memberikan manfaat dalam hal navigasi dan penempatan (Amajida, 2016). Penggunaan fitur GPS sebagai bentuk dari teknologi memberikan kesempatan untuk memperoleh kepastian mengenai jarak, waktu dan arah. Fitur GPS yang digunakan pada moda transportasi ojek mampu melacak keberadaan armada tersebut, sehingga pengguna dapat memperoleh peluang untuk mendapatkan kepastian dalam hal jarak dan waktu.

Diawali dengan kehadiran perusahaan PT Go-Jek Indonesia pada tahun 2011 yang didirikan oleh Nadiem. Nadiem menciptakan Go-Jek, sebuah layanan antar jemput dengan ojek modern berbasis pesan. Ojek yang merupakan kendaraan motor roda dua ini menjadi transportasi yang sangat efektif. Aplikasi ini memungkinkan para user untuk dapat memesan ojek secara online. Gojek dikenal sebagai ojek yang modern dan profesional. Para *driver* telah dilengkapi dengan handphone berbasis android dengan tujuan memudahkan para *driver* dalam berhubungan dengan para *user* dan dapat dengan mudah memperoleh rute terbaik untuk melakukan pengantaran penumpang.

Seiring dengan berjalannya waktu saat ini perusahaan PT Gojek Indonesia telah berkembang dengan pesat, sehingga peneliti tertarik untuk menganalisa perkembangan industri transportasi online di era disruptif saat ini.

Berdasarkan penjelasan di atas maka rumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Bagaimana perkembangan industri transportasi online di Indonesia?
2. Bagaimana peran inovasi disruptif terhadap perkembangan industri transportasi online di Indonesia?

Sedangkan tujuan penelitian ini adalah:

1. Mengetahui perkembangan industri transportasi online di Indonesia.

2. Mengetahui peran inovasi disruptif terhadap perkembangan industri transportasi online di Indonesia.

METODOLOGI PENELITIAN

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif. Dalam penelitian yang menggunakan tipe penelitian deskriptif bertujuan untuk mendapatkan gambaran umum tentang perkembangan industri transportasi online di Indonesia khususnya pada perusahaan Gojek serta untuk mengetahui peran inovasi disruptif terhadap perkembangan industri tersebut.

Sedangkan teknik pengumpulan data yang peneliti gunakan dalam penelitian ini ada dua cara, yang pertama adalah dengan melakukan wawancara secara langsung dengan para pengemudi ojek online, para pengguna ojek online tersebut, serta para pengemudi ojek tradisional. Cara pengambilan data yang kedua adalah dengan menggunakan metode studi pustaka untuk mendapatkan teori-teori yang berkaitan dengan permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini.

Jenis data yang peneliti peroleh adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh langsung dari para informan ketika peneliti melakukan wawancara. Sedangkan untuk data sekunder peneliti peroleh dari berbagai macam literatur dan situs internet yang dapat mendukung hasil data primer.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perkembangan Industri Transportasi Online di Indonesia

Belakangan ini, teknologi telah berkembang pesat membawa banyak perubahan di segala bidang di Indonesia, salah satunya bisnis transportasi. Banyak bermunculan perusahaan-perusahaan baru, inovasi-inovasi baru, bahkan sampai muncul berbagai model bisnis baru yang berbasis teknologi. Mengenai persaingan bisnis saat ini, tidak hanya terjadi persaingan dalam negeri, tetapi juga persaingan dengan kompetitor luar negeri, khususnya dari Masyarakat Ekonomi Asean (MEA).

Dengan munculnya berbagai teknologi-teknologi baru, banyak perusahaan dan pebisnis yang terinovasi untuk membuat model bisnis yang menarik dengan layanan yang tidak kalah mengagumkan. Salah satu perkembangan teknologi saat ini terdapat pada layanan ojek online. Walaupun keberadaan transportasi sudah ada sejak dulu, tetapi menjadi sangat fenomenal ketika digabungkan

dengan teknologi dan jadilah transportasi berbasis online.

Sekilas Perkembangan Industri Transportasi Berbasis Online di Indonesia

Di akhir tahun 2014, walaupun Uber dan GrabTaxi telah masuk ke pasar Indonesia, hampir tidak ada tanda-tanda yang menunjukkan bila layanan ojek online akan menjadi sesuatu yang besar pada tahun ini. Bisnis transportasi on-demand memang sudah mulai dikenal, salah satunya karena kontroversi kehadiran Uber di Indonesia. Namun istilah ojek online saat itu belum begitu dikenal.

Setahun berselang, berkat kehadiran aplikasi GO-JEK pada bulan Januari ojek online langsung menjadi salah satu bisnis startup yang paling populer di Indonesia. Dalam rentang waktu dua belas bulan, GO-JEK berkembang dari sebuah aplikasi *mobile* baru menjadi sebuah layanan besar, yang kemudian diikuti oleh perusahaan GrabTaxi dengan layanan GrabBike.

Memasuki tahun 2016, persaingan semakin sengit. GO-JEK memperluas di bisnis pengantaran makanan dengan membuat layanan Grab-Food. GO-JEK pun turut hadir dengan layanan GO-CA. Sadar kalau metode pembayaran seringkali menghambat para pengguna dalam menggunakan layanan-layanan mereka, pada tahun 2016 ini pula GO-JEK meluncurkan metode pembayaran GO-PAY. Kini saldo GO-PAY dapat diisi lewat berbagai cara, mulai dari transfer bank hingga dengan memberikan uang langsung ke pengemudi GO-JEK. Seakan ingin memperkuat posisi GO-PAY sebagai metode pembayaran mereka, GO-JEK pun mengakuisisi sebuah layanan pembayaran bernama PonselPay di tahun 2016. Tak berhenti sampai di situ, GO-JEK pun turut memperkuat layanan lama mereka, seperti GO-SEND. Mereka juga bekerja sama dengan marketplace Tokopedia dan Bukalapak untuk mengantarkan barang pesanan dari penjual kepada para pembeli. GO-JEK pun telah bekerja sama dengan aplikasi chat LINE, sehingga pengguna LINE kini bisa memesan GO-JEK langsung di aplikasi tersebut.

Hadirnya layanan transportasi online tentu saja menuai banyak kontroversi, di awal tahun 2016, ribuan pengemudi angkutan umum yang merasa pendapatan mereka menurun akibat kehadiran layanan transportasi online akhirnya melakukan demonstrasi. Insiden ini tak hanya berlangsung sekali, mereka pun kembali melakukan aksi demonstrasi seminggu setelahnya. Hal ini pun memaksa pemerintah untuk segera mengambil sikap. Pemerintah juga sempat mengharuskan para pengemudi kendaraan transportasi online untuk mengubah nama di Surat Tanda Nomor Kendaraan (STNK) menjadi nama perusahaan atau koperasi.

Namun pemerintah kemudian membatalkan aturan tersebut.

Pada akhir 2016, justru muncul konflik dari perusahaan ojek online itu sendiri seperti GO-JEK yang mendapat tekanan dari pengemudi mereka sendiri yang merasa pendapatannya terlalu kecil. Uniknya, menjelang akhir tahun 2016, perusahaan taksi yang sebelumnya seperti menentang layanan transportasi online, justru mengubah sikap. Mereka akhirnya melirik layanan transportasi online sebagai sebuah kesempatan, dan menjalin kerja sama dengan mereka.

Hal ini ditunjukkan dengan kerja sama yang dilakukan Blue Bird dengan GO-JEK. Sehingga kita dapat memesan armada taksi Blue Bird lewat aplikasi GO-JEK.

Keperkasaan GO-JEK bukannya tanpa akibat yang buruk. Layanan baru yang mencoba mengikuti kesuksesan mereka bertiga seperti Blue-Jek, TopJek, dan LadyJek kini hampir tidak terlihat lagi di jalanan ibu kota. Dari akun media sosial mereka, bisa terlihat kalau layanan-layanan tersebut kini justru mengalihkan fokus ke bidang logistik. GO-JEK sendiri pun terus berinovasi demi menjadi layanan terdepan di tanah air.

Berbeda dengan para pesaingnya, GO-JEK merupakan startup yang menghadirkan layanan paling banyak. Setelah membuat layanan seperti GO-CLEAN dan GO-MASSAGE, mereka kembali menghadirkan layanan baru berupa layanan perbaikan dan cuci kendaraan GO-AUTO, layanan isi pulsa GO-PULSA, serta layanan pengiriman obat GO-MED. Selain menambah berbagai layanan baru, baik GO-JEK, pun turut memperluas jangkauan mereka ke kota-kota baru. GO-JEK menjadi layanan yang paling gesit dengan hadir di berbagai kota seperti Malang, Solo, Samarinda, dan Manado. Harus kita akui bahwa bisnis transportasi berbasis online ini merupakan terobosan baru di bidang transportasi. Walaupun menuai banyak kontroversi, perkembangan teknologi yang pesat tidak dapat ditahan sehingga mau-tidak mau setiap teknologi baru dapat terapkan dalam kehidupan sehari-hari, terlepas dari masalah tersebut, masyarakat Indonesia sangat memerlukan sarana transportasi yang nyaman, aman, tepat waktu dan tidak mahal. Oleh karena itu, bisnis transportasi online ini harus disambut dengan baik dan terus dikembangkan.

Peran Inovasi Disruptif Terhadap Perkembangan Industri Transportasi Online di Indonesia.

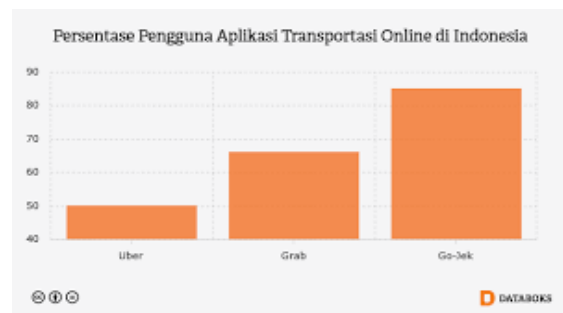
Melihat perkembangan tren bisnis transportasi online berbasis aplikasi beberapa tahun belakangan ini sangat menarik. Apalagi perkembangan ini dikaitkan dengan inovasi

disruptif. Apa yang menjadi inovasi disruptif dalam industri transportasi online ini dan apa peranan dalam perkembangannya di Indonesia ini, akan penulis uraikan dalam bab ini.

Go-Jek, Grab dan Uber disebut sebagai tiga perusahaan startup transportasi online yang sangat berpengaruh saat ini. Dikatakan startup karena mereka menjalankan *core business*-nya dengan menggunakan inovasi teknologi dan memecahkan masalah di masyarakat. Sehingga memiliki sifat disruptif didalam sebuah pasar/industry yang sudah ada atau bahkan menciptakan industry baru. Ketiga perusahaan ini bersaing cukup ketat. Terlihat dari data pengguna aplikasi seperti dibawah ini.

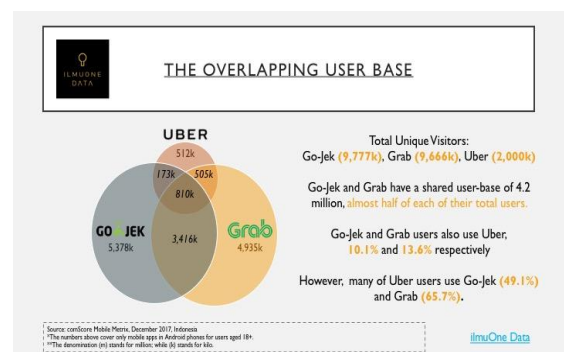
Gambar 1

Data Pengguna Aplikasi Transportasi Online



Selain tiga perusahaan startup tersebut diatas ada perusahaan local sejenis seperti yang telah diuraikan sebelumnya yaitu Blue-Jek, Lady-Jek, Top-Jek, Ojek Syar-I, Namun akibat persaingan dan permodalan banyak diantara merek-merek tersebut yang tidak beroperasi lagi.

Gambar 2 : Overlapping User Base



Banyak hal yang menyebabkan mereka kalah dalam bersaing. Diantaranya adalah *user interface* yang kurang enak bagi pengguna, jumlah driver yang kalah banyak dengan pesaing, aplikasi yang sering *error* dan subsidi perusahaan kepada *driver* dan *user* yang masih kalah nilainya dibanding pesaing. Dari beberapa factor penyebab tersebut diatas, pemberian subsidi perusahaan kepada driver dan user menjadi factor utama. Pemberian subsidi

ini menjadi keuntungan tersendiri bagi driver dan user sehingga membuat driver dan user lebih loyal terhadap perusahaan. Pemberian subsidi kepada user terlihat didalam penerapan tarif yang dibebankan kepada user. Seperti terlihat didalam table berikut.

Tabel 2
Perbandingan Tarif Layanan Ojek Online

Penyedia Transportasi Online	Tarif Layanan
Go-Jek	- Rush hour (16:00-19:00 WIB) IDR4.000 untuk jarak 1-2 km pertama, selanjutnya IDR2.000/km - di luar Rush Hour IDR4.000 untuk jarak 1-2,7 km pertama selanjutnya IDR1.500/km - Di luar Jabodetabek: jarak 1-4 km IDR8.000, lebih dari >4km IDR2.000/km
Grab	- Jarak 0 - 12 Km pertama IDR1.500/Km - Jarak 12 km selanjutnya IDR 2.500/km
Uber	- jarak: IDR1.000 /km - waktu: IDR100/menit
LadyJek	- 6 km pertama IDR25.000 - Selanjutnya IDR4.000 / Km
Ojek Syari	- layanan ojek: 5 km pertama IDR 20.000, selanjutnya IDR 3.000,-/ km - layanan kurir Rp. 15.000 untuk 5 km pertama, selanjutnya IDR 3.000/km
Wheel Line	Mulai IDR30.000 hingga IDR120.000
Teknojek	- Minimum 8 km pertama: IDR 1.250/km - Selanjutnya Rp2.500/km.
TransJek	- Km pertama: IDR4.000 - Selanjutnya IDR3.000/km
Bangjek	- Kilometer pertama IDR4.000 - Selanjutnya IDR 3,4/meter

Dilihat dari sisi keuntungan terdapat perbedaan sudut pandang atau cara penilaian keuntungan antara industri startup dan indutrikonvensional. Model bisnis startup tidak dapat dibandingkan secara *head on* dengan model bisnis konvensional, hal ini terlihat dari focus utama model bisnis start up yang membidik pasar/ jumlah user aplikasinya sehingga valuasi nilai perusahaan semakin meningkat dan sahamnya dapat dijual dengan nilai yang jauh lebih besar lagi. Berbeda dengan model bisnis konvensional yang masih berupa omzet dikurangi HPP hasilnya adalah laba bersih.

Melihat perkembangan transportasi online luar dan merek lokal lama yang sangat fantastis, para merek lokal baru tetap berupaya mencari peluang untuk dapat tetap bersaing, tumbuh dan survive di tengah persaingan dengan para pemain besar. Salah satu peluangnya adalah menguasai market spesifik atau *niche market* yang belum sempat terpikirkan ataupun belum difokuskan oleh para pemain besar. Para pemain baru dapat berfokus menjadi *local champion* di daerahnya masing-masing mengingat para pemain besar saat ini lebih banyak sibuk bersaing dan memberikan subsidi di ibukota. Sehingga banyak *user* dan *driver* di daerah sudah tidak lagi mendapatkan subsidi besar.

Sebetulnya market spesifik atau niche market telah terlebih dahulu dibidik oleh Go-Jek ketika menghadapi pesaingnya yaitu Uber dan Grab melalui inovasi produk Go-Box. Go-Tix. Go-Med, Go-Glam, Go-Pay, Go-Send dan sebagainya. Dan ini merupakan inovasi disruptif yang telah dilakukan oleh Go-Jek didalam mengembangkan usahanya. Kehadiran fitur-fitur Go-Jek menjadi pemecah masalah masyarakat terhadap apa yang mereka inginkan selama ini. Tentunya dengan pelayanan yang aman, nyaman, menguntungkan, dan memberikan nilai tambah. Sehingga pantas jika sampai saat ini para pengguna aplikasi Go-Jek ini semakin meningkat setiap tahunnya.

Inovasi disruptif menjadi hal yang harus dimiliki bagi semua industri saat ini. Tidak terkecuali dalam industri transportasi online pun inovasi disruptif memiliki peran yang sangat penting. Agar dapat tetap tumbuh, bersaing dan *survive* dalam industri. Inovasi disruptif ini dapat diciptakan antara lain melalui :

1. *Create market* baru,

Hal ini dapat dilakukan dengan memanfaatkan peluang yang memiliki dasar kesamaan pada suatu aspek tertentu sebagai contoh, saat ini Gojek memberikan kemudahan bagi para pengguna aplikasinya untuk dapat memsakan berbagai kebutuhan yang selama ini mungkin sulit untuk terpenuhi.

2. Fokus pada market baru,
Salah satu bentuk dari perusahaan yang memiliki fokus terhadap customer adalah berupaya agar dapat selalu berusaha menjawab segala kebutuhan dan menepis kekhawatiran pelanggan. Salah satu caranya adalah dengan melakukan standarisasi layanan yang diberikan.
3. Ciptakan dan tingkatkan *value* bagi *user*, dengan memberikan subsidi terbaik.
Kepastian mengenai harga dan tarif yang kompetitif menjadi nilai tambah dari perusahaan yang ditawarkan kepada pelanggan.
4. *To be Local Champion first and The National Champion soon.*
Berupaya menjadi solusi bagi kebutuhan masyarakat sekitar, pada awal mula keberadaan gojek berada di kota kota besar untuk menghadapi permasalahan kemacetan namun saat ini tidak hanya di kota kota besar saja Gojek pun telah melayani masyarakat di kota-kota kecil di Indonesia.

Dalam industri kreatif seperti ini segalanya masih bisa terjadi. Pemain utama yang sudah menjadi market leader dan memiliki jumlah modal raksasa bisa-bisa saja terjungkal terhadap pemain baru yang paling disruptif dan memberikan value yang paling penting diinginkan atau dibutuhkan para user.

KESIMPULAN

Perkembangan di industri transportasi berkembang dengan sangat pesat. Peningkatan jumlah kendaraan bermotor tentunya searah dengan peningkatan kemacetan di Indonesia terutama di kota-kota besar. Sehingga untuk dapat menunjang mobilitas masyarakat yang tinggi, sangat diperlukan moda transportasi yang efektif untuk dapat menghindari atau mengurangi kemacetan.

Untuk menjawab kebutuhan masyarakat tersebut, saat ini telah lahir beberapa perusahaan penyedia aplikasi transportasi online. Transportasi *online* muncul di tengah kondisi sistem transportasi di Indonesia yang belum tertata dengan baik. Beberapa perusahaan besar berlomba untuk membentuk perusahaan transportasi berbasis aplikasi online.

Moda transportasi pilihan masyarakat yang sebelumnya bersifat offline saat ini telah berinovasi menjadi bersifat online dan lebih modern. Hal ini tidak terlepas dari pengaruh adanya inovasi disruptif saat ini.

Inovasi disruptif menjadi hal yang harus dimiliki bagi semua industri saat ini. Tidak

terkecuali dalam industri transportasi online pun inovasi disruptif memiliki peran yang sangat penting. Agar dapat tetap tumbuh, bersaing dan *survive* dalam industri. Inovasi disruptif ini dapat diciptakan antara lain melalui :

1. *Create market* baru,
2. Fokus pada market baru,
3. Ciptakan dan tingkatkan *value* bagi *user*, dengan memberikan subsidi terbaik.
4. *To be Local Champion first and The National Champion soon.*

REFERENSI

- Amajida, F. D. (2016). Kreativitas Digital Dalam Masyarakat Risiko Perkotaan: Studi Tentang Ojek Online "Go-Jek" Di Jakarta. *Informasi*, 46(1), 115–128.
<https://doi.org/10.21831/INFORMASI.V46I1.9657>
- Aziah, A., & Rabia, P. (2018). Perkembangan Industri Transportasi Online di Era Inovasi Disruptif, 18(2), 149–156. Retrieved from doi: <https://doi.org/10.31294/jc.v18i2>
- Badan Pusat Statistik. Perkembangan Jumlah Kendaraan Bermotor Menurut Jenis (2018).
- Hamid, E. S. (2017). Disruptive Innovation : Manfaat Dan Kekurangan Dalam Konteks Pembangunan Ekonomi, 1–20.
- Khasanah, N. A., Sugiat, M. A., Studi, P., Komunikasi, D., Kreatif, F. I., & Promosi, M. (2016). STRATEGI DESAIN CALL JACK DAN IMPLEMENTASINYA PADA MEDIA VISUAL DESIGN STRATEGY AND VISUAL MEDIA IMPLEMENTATION, 3(3), 523–530.
- Munawar, A. (2007). Pengembangan Transportasi yang Berkelanjutan.
- Oakey, R. . (2015). *Schumpeterian economics: some observations on the relevance of his theoretical contributions to the management of industrial research and development*. RADMA and John Wiley & Sons Ltd.
- Wahyusetyawati, E. (2017). Dilema pengaturan transportasi online, (April).

PROFIL PENULIS

Ayu Azizah, memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE), Jurusan Manajemen Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, lulus tahun 2010. Memperoleh gelar Magister Manajemen di Universitas BSI Bandung, lulus tahun 2015. Saat ini menjadi Dosen di Bina Sarana Informatika.

Popon Rabia Adawia, memperoleh gelar Sa 155 Ekonomi (SE), Jurusan Akuntansi pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YAI Jakarta, lulus tahun 1998. Memperoleh gelar Magister Manajemen di Universitas Persada Indonesia YAI, Jakarta, lulus tahun 2001. Saat ini menjadi Dosen di Bina Sarana Informatika.