

# Ekonomi Kreatif dan Inovatif Berbasis TIK ala Gojek dan Grabbike

Henri Septanto <sup>1,\*</sup>

<sup>1</sup> Program Studi: Teknik Informatika; STMIK Bina Insani; Jl. Siliwangi No.6, 021-88958130; e-mail: [henriseptanto.binainsani@gmail.com](mailto:henriseptanto.binainsani@gmail.com)

\* Korespondensi: e-mail: [henriseptanto.binainsani@gmail.com](mailto:henriseptanto.binainsani@gmail.com)

Diterima: 07 Mei 2016; Review: 21 Mei 2016; Disetujui: 30 Mei 2016

Cara sitasi: Septanto H. 2016. Ekonomi Kreatif dan Inovatif Berbasis TIK ala Gojek dan Grabbike. Bina Insani ICT Journal. 3 (1): 213 – 219.

**Abstrak:** Kemajuan Teknologi Informasi dan Komunikasi membawa dampak positif dalam berbagai bidang. Salah satu dampak positif tersebut adalah bidang ekonomi kreatif. Mereka yang kreatif akan selalu melihat peluang bisnis dibalik kemajuan Teknologi Informasi dan Komunikasi. Gojek dan Grabbike adalah 2 buah bisnis berbasis TIK yang kreatif. Kedua perusahaan tersebut melihat peluang bisnis yang luar biasa dari kemajuan Teknologi Informasi dan Komunikasi, walaupun keduanya bukan perusahaan transportasi namun dengan sistem kemitraan kedua perusahaan tersebut dalam waktu singkat mampu bermitra dengan ribuan orang pemilik motor yang membutuhkan pekerjaan. Sistem kemitraan yang ditawarkan oleh kedua perusahaan ini adalah sistem bagi hasil yang saling menguntungkan. Kedua perusahaan tersebut hanya mengambil sedikit persentase dari penghasilan para pengemudi motor, bahkan kedua perusahaan tersebut masih memberikan beberapa fasilitas tambahan seperti bonus dan asuransi kepada para mitranya. Kehadiran Gojek dan Grabbike sangat membantu ribuan orang di kota-kota besar Indonesia yang kesulitan mencari pekerjaan atau kesulitan mencari tambahan penghasilan. Melalui bisnis ini tidak hanya pengemudi yang diuntungkan, para penumpang pun diuntungkan dengan adanya bisnis ini, karena para penumpang tidak perlu lagi takut ditipu dengan tarif tinggi, karena biaya yang harus dibayarkan sesuai dengan perhitungan aplikasi yang disediakan oleh Gojek dan Grabbike. Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi yang kreatif dan menguntungkan berbagai pihak seperti inilah yang diharapkan semakin berkembang dan terus berinovasi sehingga membantu dan membawa pengaruh positif kepada masyarakat.

**Kata kunci:** ekonomi, gojek, grabbike, kreatif, inovatif

**Abstract:** Advances in Information and Communication Technology had a positive impact in various fields. One positive impact is the area of the creative economy. Those who are creative will always see a business opportunity behind the progress of Information and Communication Technology. Gojek and Grabbike are 2 pieces of creative ICT-based businesses. Both companies see tremendous business opportunities of advancement of Information and Communication Technology, although they are not a transport company but with a system of partnership both companies in a short time was able to partner with thousands of motorcycle owners who need work. The system of partnership offered by these two companies is a system for mutually beneficial results. Both companies are only taking a small percentage of the earnings of the motor driver, even the two companies still provide some additional facilities such as bonuses and insurance services to its partners. Gojek presence and Grabbike very helping thousands of people in major cities of Indonesia are having trouble finding a job or having trouble finding additional income. Through this business is not just motorists who benefited, the passengers also benefit from this business, because passengers no longer need to fear being cheated by the high rates, because the cost to be paid in accordance with the calculations provided by the application and Grabbike Gojek. Utilization of Information and Communication Technology creative and benefit all parties as this is expected to continue growing and innovating so that help and bring a positive influence to the society.

**Keywords:** economic, creative, innovative, ICT, Gojek, Grabbike

## 1. Pendahuluan

### 1.1 Tinjauan Pustaka

#### a. Inovasi

Menurut Roger (1983) dalam Anindhita (2016) disebutkan bahwa "Inovasi adalah suatu gagasan, praktek, atau benda yang dianggap/dirasa baru oleh individu atau kelompok masyarakat. Ungkapan dianggap baru/dirasa baru terhadap suatu ide, praktek atau benda oleh sebagian orang, belum tentu juga pada sebagian yang lain, hal tersebut tergantung pada apa yang dirasakan oleh individu atau kelompok terhadap ide, praktek atau benda tersebut. Sedangkan difusi dapat dianggap sebagai suatu jenis perubahan sosial yaitu suatu proses perubahan yang terjadi dalam struktur dan fungsi sistem sosial.

#### b. Ekonomi Kreatif

Menperin Saleh Husin dalam wawancara setelah menghadiri pembukaan Temu Kreatif Nasional 2015 di BSD City, Tangerang Selatan, Banten, Selasa (4/8/2015) mengatakan bahwa: "Ekonomi kreatif bisa menjadi katalis industri baru, juga akselerator atau pemercepat aktivitas ekonomi yang sudah ada. Artinya sangat jelas, pelaku, pekerja hingga konsumennya turut mendorong pertumbuhan ekonomi" (Kominfo, 2015).

Perpres Nomor 72 Tahun 2015 tentang Perubahan Atas Peraturan Presiden Nomor 6 Tahun 2015 Tentang Badan Ekonomi Kreatif telah menambahkan sub-sektor industri kreatif dari 15 sub-sektor menjadi 16 sub-sektor, yaitu arsitektur; desain interior; desain komunikasi visual; desain produk; film, animasi, dan video; fotografi; kriya; kuliner; musik; fashion; aplikasi dan game developer; penerbitan; periklanan; televisi dan radio; seni pertunjukan; dan seni rupa.

Berdasarkan Perpres Nomor 72 Tahun 2015 tersebut kita dapat melihat bahwa desain komunikasi visual, animasi dan video, aplikasi dan game developer yang merupakan sub sektor industri kreatif adalah bagian dari Teknologi Informasi dan Komunikasi. Jika dari 15 sub sector 5 diantaranya adalah bidang Teknologi Informasi dan Komunikasi berarti bidang TIK memegang peranan cukup besar dalam pengembangan industri kreatif. Semakin banyak SDM yang memiliki kompetensi dalam bidang TIK berarti akan semakin besar peluang industri kreatif berkembang di Indonesia.

#### c. Persaingan dunia usaha dan SDM di era MEA (Masyarakat Ekonomi ASEAN)

Persaingan dalam dunia usaha semakin berat dan ketat, apalagi era MEA dimana perusahaan dengan berbagai level, mulai dari perusahaan besar sampai dengan perusahaan kecil serta tenaga kerja dengan berbagai level kompetensi dari negara-negara asia tenggara berdatangan ke Indonesia dan menjadi pesaing berat bagi para pengusaha Indonesia dan juga tenaga kerja di Indonesia.

Untuk menghadapi persaingan ketat tersebut diperlukan kreatifitas dan inovasi dalam membangun dan mengelola sebuah usaha. Para pelaku usaha yang ingin bertahan atau berkembang harus kreatif dan berinovasi, jika tidak maka cepat atau lambat mereka pasti akan tersingkir dari dunia bisnisnya. Calon-calon wirausahawan pun harus benar-benar siap dan mampu menangkap peluang usaha yang tepat, karena jika mereka salah sasaran maka bukan untung yang didapat malah buntung. Berdasarkan situasi dan kondisi dunia bisnis saat ini maka para calon wirausahawan atau calon pengusaha harus memiliki modal dan kompetensi yang cukup untuk membuka sebuah usaha. Modal tidak hanya sekedar uang banyak, kreativitas dan inovasi juga merupakan modal dasar yang harus dimiliki para calon pengusaha.

Kompetensi Sumber Daya Manusia dalam bidang TIK harus ditingkatkan agar lebih membuka peluang semakin berkembangnya Industri Kreatif di Indonesia. Pengembangan kompetensi tersebut dapat dilakukan melalui jalur formal lewat institusi pendidikan maupun jalur non formal lewat kursus dan lembaga pelatihan. Untuk mempercepat pengembangan industri kreatif berbasis TIK pemerintah harus turun tangan dengan memperbanyak Pusat Pelatihan Kerja yang menyediakan jurusan TIK atau yang dulu dikenal dengan istilah BLK (Balai Latihan Kerja) jika perlu dibuat Pusat Pelatihan Kerja khusus TIK. Selain itu program beasiswa untuk kuliah bagi calon mahasiswa dari keluarga kurang mampu atau pun beasiswa kuliah bagi siswa SLTA berprestasi harus diperbanyak lagi, lebih-lebih di era MEA ini karena persaingan semakin ketat maka peningkatan kompetensi SDM bukan lagi pilihan melainkan suatu keharusan.

#### d. Bisnis Online

Menurut Turban dalam Economy Cyber Community (Meity, 2016) menyatakan bahwa *e-commerce* atau *electronic commerce* adalah suatu konsep yang menjelaskan proses pembelian, penjualan dan pertukaran produk, service dan informasi melalui jaringan komputer yaitu internet. Bisnis online di era tahun 2000-an mulai menjamur, perdagangan barang dan jasa melalui

internet yang kita kenal dengan istilah ecommerce dan mobile commerce mulai marak dilakukan. Tidak sedikit kalangan muda terjun ke dunia bisnis online tersebut. Perkembangan dunia TIK yang sedemikian pesat memang membuat segala bidang tak lepas dari pengaruh TIK. Ketatnya persaingan di dunia TIK juga terlihat, hal-hal tak terduga kadang terjadi, hardware dan software berkembang sedemikian pesat. Inovasi terus terjadi di dunia TIK. Produk hardware dan software yang tidak dapat berinovasi pasti ditinggalkan oleh konsumen. Barang-barang yang dianggap mahal dan mewah di era 1990-an di era 2000-an tidak lagi dianggap mahal dan mewah karena seiring dengan perkembangan TIK maka muncul banyak pilihan barang berdasarkan harga dan kualitas. Sebagai contoh jika dulu di era 1990-an hanya orang-orang setara Manajer yang mampu membeli handphone saat ini handphone sudah digunakan oleh berbagai kalangan karena memiliki berbagai macam pilihan yang dapat disesuaikan dengan kemampuan daya belinya.

e. Ojek online

Bisnis kreatif dan inovatif yang memanfaatkan Teknologi Informasi dan Komunikasi yang paling menonjol saat ini adalah Gojek dan Grabbike. Keduanya merupakan industri baru di Indonesia. Kemampuan melihat peluang usaha dengan memanfaatkan Teknologi Informasi dan Komunikasi di Indonesia patut diacungi jempol. Keduanya adalah pelopor bisnis Ekonomi Kreatif berbasis TIK di Indonesia, dalam waktu singkat kedua perusahaan tersebut mampu menjadi sorotan masyarakat dan pelaku bisnis lainnya, sebagian kalangan pemerintahan pun memujinya dan menganggap itu sebagai ekonomi kreatif.

Pro dan kontra di kalangan pelaku bisnis pun muncul, penolakan dan dukungan datang silih berganti, bahkan demo besar-besaran para pengemudi taxi, bis, mikrolet yang merasa terusik dan dirugikan dengan hadirnya Gojek dan Grabbike turut mewarnai pro dan kontra kehadiran kedua bisnis kreatif tersebut di Indonesia. Bahkan menteri perhubungan sempat melarang beroperasinya Gojek dan Grabbike, namun larangan tersebut mendapat perlawanan dan tantangan dari berbagai pihak, antara lain banyaknya protes dari masyarakat, kalangan akademisi, politikus, *netizen*, dan tentu saja para pengemudi Gojek dan Grabbike itu sendiri merasa keberatan dengan larangan tersebut, melihat besarnya penolakan terhadap larangan operasi Gojek dan Grabbike tersebut yang dapat berpotensi menimbulkan gejolak sosial yang mengganggu stabilitas ekonomi dan sosial Presiden turun tangan sehingga akhirnya larangan Menteri Perhubungan tersebut dibatalkan.

Fenomena Gojek dan Grabbike sebagai bagian dari industri kreatif tersebut yang mendapat sorotan dari berbagai pihak, mulai dari masyarakat umum, kalangan akademisi, profesional, politisi, aparat pemerintah telah menjadi berita skala nasional dan internasional. Kehadiran Gojek dan Grabbike dengan inovasi dan kreativitas bisnisnya yang membawa manfaat luar biasa bagi banyak pihak khususnya masyarakat pengguna transportasi inilah yang menginspirasi penulis untuk membuat artikel dengan judul "Ekonomi Kreatif Berbasis Teknologi Informasi dan Komunikasi ala Gojek dan Grabbike".

#### 1) GO-JEK

GO-JEK adalah sebuah perusahaan teknologi berjiwa sosial yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan pekerja di berbagai sektor informal di Indonesia (9gojek.com, 2016). Saat ini Gojek bermitra dengan sekitar 200.000 pengemudi ojek yang berpengalaman dan terpercaya di Indonesia, untuk menyediakan berbagai macam layanan, termasuk transportasi dan pesan antar makanan.

Kegiatan GO-JEK bertumpu pada tiga nilai pokok:

- a. Kecepatan
- b. Inovasi
- c. Dampak social

Fasilitas yang didapatkan para Driver GO-JEK bukan hanya dari sistem bagi hasil yang menguntungkan mereka juga mengatakan bahwa pendapatan mereka meningkat semenjak bergabung sebagai mitra, mereka juga mendapatkan santunan kesehatan dan kecelakaan, serta mendapat akses ke lebih banyak pelanggan melalui aplikasi ojek online Gojek.

#### 2) Grab Bike

GrabBike adalah sebuah alternatif layanan transportasi untuk mereka yang ingin lebih cepat dan aman sampai ke tujuan. Grab merupakan aplikasi layanan transportasi terpopuler di Asia Tenggara yang menyediakan layanan transportasi untuk menghubungkan lebih dari 10 juta penumpang dan 185.000 pengemudi di seluruh wilayah Asia Tenggara. [5]

Dahsyatnya ekonomi kreatif memang banyak diakui oleh berbagai pihak dan banyak ditulis dalam berbagai surat kabar seperti berita dalam sebuah artikel berita *Republika* dikatakan bahwa “Tidak dapat dimungkiri, industri kreatif erat kaitannya dengan kemajuan ekonomi suatu bangsa. Semakin berkembang industri kreatif sebuah negara, otomatis sumbangsih terhadap perekonomian nasional semakin besar” (*Republika.co.id*, 2016).

Deputi Koordinasi Ekonomi Kreatif, Kewirausahaan, dan Daya Saing Koperasi dan UKM Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian, Dr. Ir. Mohammad Rudy Salahuddin, menegaskan bahwa Pemerintah akan terus memegang komitmen untuk mengembangkan ekonomi kreatif. Hal itu dilakukan karena pemerintah menyadari besarnya potensi ekonomi kreatif untuk berkontribusi terhadap produk domestik bruto (PDB), penyerapan tenaga kerja dan nilai ekspor (*ekon.go.id*, 2015).

Pada tahun 2013 ekonomi kreatif mampu berkontribusi 7,05 persen terhadap PDB Nasional, menyerap 11,91 juta tenaga kerja atau 11 persen dari total tenaga kerja nasional, serta menciptakan 5,4 juta usaha kreatif yang sebagian besar adalah UKM. Kontribusi tersebut disumbangkan oleh 15 sub-sektor industri kreatif. Pemerintah menargetkan peningkatan kontribusi ekonomi kreatif terhadap PDB dari 7,1 persen pada 2014 menjadi 12 persen pada 2019. Begitu juga serapan tenaga kerja bisa meningkat dari 12 juta menjadi 13 juta orang dan nilai eksportnya naik dari 5,8 persen menjadi 10 persen. Berakhirnya era commodity boom menjadikan peluang sekaligus tantangan bagi pengembangan ekonomi kreatif (*ekon.go.id*, 2015).

## 2. Metode Penelitian

Metode penelitian yang dilakukan penulis melalui studi Pustaka dengan mempelajari beberapa artikel tentang Gojek, Grabbike dan ekonomi kreatif, untuk mempertajam isi artikel penulis juga memberikan kuesioner dan melakukan interview kepada beberapa pengguna ojek online dan juga pengemudi ojek online tersebut. Hasil wawancara, kuesioner dan studi pustaka tersebut penulis diolah secara kuantitatif deskriptif.

Tabel 1. Kuesioner untuk Pengojek Online

| No | Pertanyaan  | Jawaban    |
|----|---|------------|
| 1  | Apakah penghasilan anda meningkat setelah menjadi pengojek online?  | Ya / Tidak |
| 2  | Apakah kondisi ekonomi keluarga anda menjadi lebih baik setelah anda menjadi pengojek online?                 | Ya / Tidak |
| 3  | Apakah sistem bagi hasil yang digunakan dalam ojek online ini menguntungkan bagi anda selaku pengojek online? | Ya / Tidak |
| 4  | Apakah aplikasi ojek online di handphone yang anda gunakan sangat membantu dalam mencari penumpang?           | Ya / Tidak |
| 5  | Apakah rata-rata pengguna jasa ojek online merasa puas dengan layanan anda                                    | Ya / Tidak |

Keterangan: Lingkari jawaban yang anda anggap benar

Tabel 2. Kuesioner untuk Pengguna jasa ojek Online

| No | Pertanyaan  | Jawaban    |
|----|---|------------|
| 1  | Apakah anda merasa masalah anda dalam bidang transportasi terbantu dengan adanya ojek online? | Ya / Tidak |
| 2  | Apakah aplikasi yang digunakan untuk pemesanan ojek online mudah digunakan dan bermanfaat?    | Ya / Tidak |
| 3  | Apakah pelayanan ojek online lebih baik dengan layanan ojek biasa/konvensional?               | Ya / Tidak |
| 4  | Apakah tarif ojek online sesuai dengan layanan yang anda terima?                              | Ya / Tidak |
| 5  | Apakah lebih menyukai layanan ojek online dibandingkan dengan ojek konvensional?              | Ya / Tidak |

Keterangan: Lingkari jawaban yang anda anggap benar

Selain kuesioner penulis juga melakukan interview kepada beberapa pengemudi ojek online dan pengguna jasa ojek online. Pertanyaan interview ruang lingkupnya adalah sekitar pengalaman dan manfaat yang mereka dapatkan sebagai pengguna jasa ojek online dan pengemudi ojek online, pengalaman dan manfaat yang mereka dapatkan selama menjadi pengemudi ojek online dan pengguna ojek online digunakan untuk mempertajam pengolahan data kuesioner dan tinjauan pustaka yang telah didapatkan oleh penulis.

### 3. Hasil dan Analisis

#### 3.1 Pengolahan data kuesioner pengojek online

Pengolahan data dari hasil kuesioner yang telah penulis dapatkan dari 5 orang pengemudi ojek online berdasarkan pertanyaan-pertanyaan yang terdapat pada **Tabel 1** di atas adalah sebagai berikut:

Tabel 3. Jawaban Kuesioner Pengojek Online

| No | Pertanyaan  | Jawaban             |
|----|---|---------------------|
| 1  | Apakah penghasilan anda meningkat setelah menjadi pengojek online?  | 5 orang menjawab ya |
| 2  | Apakah kondisi ekonomi keluarga anda menjadi lebih baik setelah anda menjadi pengojek online?                 | 5 orang menjawab ya |
| 3  | Apakah sistem bagi hasil yang digunakan dalam ojek online ini menguntungkan bagi anda selaku pengojek online? | 5 orang menjawab ya |
| 4  | Apakah aplikasi ojek online di handphone yang anda gunakan sangat membantu dalam mencari penumpang?           | 5 orang menjawab ya |
| 5  | Apakah rata-rata pengguna jasa ojek online puas dengan layanan anda?  | 5 orang menjawab ya |

Pertanyaan ke 1 yang diberikan kepada 5 orang pengojek online ternyata memiliki jawaban sama yaitu “Ya” ini berarti bahwa ke 5 orang tersebut penghasilannya meningkat setelah menjadi pengojek online. Pertanyaan ke 2 yang juga diberikan kepada 5 orang pengojek online dijawab “Ya”, hal ini berarti bahwa dampak positif bisnis ojek online juga dirasakan oleh keluarga pengojek online, kondisi ekonomi menjadi lebih baik dari sebelumnya tentu saja sangat menggembirakan, bukan saja bagi keluarga pengojek tersebut tetapi juga membawa dampak positif bagi kondisi ekonomi masyarakat.

Pertanyaan ke 3 tentang sistem bagi hasil yang dijawab “Ya” ini berarti keuntungan tidak hanya dirasakan oleh pengusaha ojek online bahkan persentase yang lebih besar dari pendapatan ojek justru diperoleh para pengojek, hal ini berbeda dengan bisnis lainnya yang pada umumnya lebih menguntungkan pihak pengusaha.

Pertanyaan ke 4 tentang kemudahan penggunaan aplikasi ojek online yang juga dijawab “Ya” membuktikan bahwa para pengusaha ojek online benar-benar telah mempersiapkan aplikasi ojek online ini dengan baik. Software aplikasi yang *user friendly* benar-benar diterapkan pada aplikasi ojek online, sehingga dalam waktu singkat para pengojek mengerti cara penggunaan aplikasi tersebut.

Pertanyaan ke 5 tentang kepuasan pelanggan, ternyata dijawab “Ya”, hal ini membuktikan bahwa para pengguna jasa ojek online rata-rata puas dengan layanan ojek online tersebut. Kepuasan para pelanggan pada umumnya membawa dampak positif karena hal tersebut seperti iklan atau promosi gratis dari para pengguna jasa ojek online ke masyarakat, sehingga dengan demikian semakin hari semakin banyak pengguna jasa ojek online tersebut.

Berdasarkan Tabel 3 tersebut maka jelas bahwa bisnis ojek online membawa dampak positif dan menguntungkan para pengojek online. Sistem bagi hasil yang dijalankan benar-benar menguntungkan kedua belah pihak (pengusaha ojek online dan pengemudi ojek online), bahkan para pengguna jasa ojek online pun mendapatkan keuntungan dari bisnis ojek online tersebut. Pengelolaan manajemen dan keuangan yang dilakukan dengan sistem komputerisasi canggih yang dijalankan para pengusaha ojek online benar-benar sangat membantu masyarakat. Bisnis ini mampu menyerap ribuan bahkan ratusan ribu tenaga kerja, bahkan bukan tidak mungkin di masa yang akan datang dapat menyerap jutaan tenaga kerja.

### 3.2 Pengolahan data kuesioner pengguna jasa ojek online

Pengolahan data dari hasil kuesioner yang telah penulis dapatkan dari 5 orang pengguna jasa ojek online berdasarkan pertanyaan-pertanyaan yang terdapat pada Tabel 2 di halaman sebelumnya adalah sebagai berikut:

Tabel 4. Jawaban Kuesioner Pengguna jasa ojek Online

| No | Pertanyaan  | Jawaban             |
|----|---|---------------------|
| 1  | Apakah anda merasa masalah anda dalam bidang transportasi terbantu dengan adanya ojek online? | 5 orang menjawab ya |
| 2  | Apakah aplikasi yang digunakan untuk pemesanan ojek online mudah digunakan dan bermanfaat?    | 5 orang menjawab ya |
| 3  | Apakah pelayanan ojek online lebih baik dengan layanan ojek biasa/konvensional?               | 5 orang menjawab ya |
| 4  | Apakah tarif ojek online sesuai dengan layanan yang anda terima?                              | 5 orang menjawab ya |
| 5  | Apakah lebih menyukai layanan ojek online dibandingkan dengan ojek konvensional?              | 5 orang menjawab ya |

Pertanyaan ke 1 tentang apakah masalah transportasi mereka terbantu dengan adanya ojek online jawabannya adalah "Ya", jadi jelas bahwa kehadiran ojek online sangat membantu mereka dalam masalah transportasi. Mereka tidak perlu lagi keluar rumah untuk mencari pengojek melainkan cukup menunggu di rumah dan pengojek online akan datang.

Pertanyaan ke 2 tentang apakah aplikasi yang digunakan untuk pemesanan ojek online mudah digunakan dan bermanfaat? Jawaban semuanya adalah "Ya" hal ini berarti bahwa aplikasi yang digunakan memang mudah dan sangat bermanfaat.

Pertanyaan ke 3 tentang apakah pelayanan ojek online lebih baik dengan layanan ojek biasa/konvensional? Semua menjawab "Ya", ini berarti pengguna jasa ojek online memang merasakan pelayanan yang lebih baik, saya selaku penulis akhirnya menggali lebih dalam pertanyaan ini dan ternyata semua responden sebelum mengenal ojek online sudah bertahun-tahun menggunakan jasa ojek konvensional sehingga mereka benar-benar merasakan perbedaan layanan antara ojek online dan ojek konvensional. Perbedaan itu terutama dalam masalah tarif, terkadang pada ojek konvensional tarif beda sekalipun jarak sama, lebih-lebih jika tidak kenal dengan pengojek, hal inilah penyebab utama banyak pengguna jasa ojek konvensional beralih ke ojek online.

Pertanyaan ke 4 tentang apakah tarif ojek online sesuai dengan layanan yang anda terima? Jawaban semuanya adalah "Ya", lebih-lebih pada masa promo malah para pelanggan merasa tarif sangat murah, apalagi jika dihubungkan dengan layanan yang diterima nampaknya semua sependapat bahwa tarif ojek online sesuai dengan layanan yang diterima.

Pertanyaan ke 5 tentang apakah para responden lebih menyukai layanan ojek online dibandingkan dengan ojek konvensional? Kelima responden menjawab "Ya", untuk memperjelas apa yang mereka sukai maka penulis pun memperdalam pertanyaan ini dengan menanyakan apa yang mereka sukai dari ojek online. Para responden menjawab hal yang mereka sukai terutama adalah masalah tarif, karena dengan tarif yang tertera pada aplikasi ojek online maka pengguna jasa ojek online tidak perlu lagi melakukan tawar-menawar dan tidak perlu takut ditipu, selain itu mereka tidak perlu lagi menunggu atau mencari pengojek, cukup pesan dan tunggu maka ojek online pun akan datang dan menghubungi mereka.

### 3.3 Analisis hasil penelitian

Berdasarkan analisa dari observasi, kuesioner, dan interview serta studi pustaka yang penulis pelajari maka jelas terlihat bahwa peranan Teknologi Informasi dan Komunikasi pada bisnis Ojek Online sangat dominan. Kreatifitas dan inovasi jelas sangat terlihat karena tanpa biaya pembelian kendaraan pada anggaran perusahaan, tetapi pengusaha ojek online mampu mengoperasikan ribuan bahkan ratusan ribu motor di beberapa kota besar. Bayangkan berapa besar investasi yang harus dikeluarkan jika kreatifitas dan inovasi tidak digunakan dalam bisnis tersebut.

## 4. Kesimpulan

Kreatifitas dan inovasi dalam pemanfaatan Teknologi Informasi yang dilakukan perusahaan ojek online Gojek dan Grab bike memang benar-benar terlihat dan dapat dirasakan

manfaatnya oleh masyarakat. Banyak pihak yang memperoleh keuntungan dari bisnis ojek online tersebut, uniknya pengusaha ojek online menerapkan sistem bagi hasil hanya mengambil sedikit persentase dari penghasilan para pengemudi ojek dan hal tersebut memang berbeda dengan bidang bisnis lainnya dimana biasanya pengusaha justru mengambil keuntungan lebih banyak dari bisnis yang dijalankan oleh perusahaannya.

Di masa yang akan datang seiring dengan terus berkembangnya Teknologi Informasi dan Komunikasi diharapkan akan semakin banyak industri kreatif dan inovatif yang muncul, mewarnai kancah perbisnisan online di Indonesia. Peran serta berbagai pihak terutama pemerintah untuk mendorong berkembangnya industri kreatif dan inovatif perlu ditingkatkan untuk mempercepat tumbuhnya ekonomi kreatif tersebut. Sekolah, perguruan tinggi, tempat kursus, balai latihan kerja, perlu didukung agar mampu menyiapkan SDM yang memiliki kompetensi tinggi dalam bidangnya sehingga mereka mampu menciptakan karya kreatif dan inovatif.

### Referensi

Anindhita W, Arisanty M, Rahmawati D. 2016. Analisis Penerapan Teknologi Komunikasi Tepat Guna Pada Bisnis Transportasi Ojek Online, Prosiding Seminar Nasional Indocompac Universitas Bakrie 2 – 3 Mei 2016.

Artikel berita kominfo.go.id, Jakarta, 2015

Ekonomi Berbasis Kreativitas dan Inovasi sebagai Kekuatan Baru Ekonomi Indonesia, <http://www.ekon.go.id/berita/view/ekonomi-berbasis-kreativitas.1659.html#.V1eHU-RRLiA>, September 2015

Meity F. Ekonomi Cyber Community. <http://komunikasi.us/index.php/my-academic-and-professional-opinion/18-courses/teknologi-dan-media-baru>.(Diakses 19 Mei 2016)

<http://www.go-jek.com> 2016

<https://www.grab.com/id>, Jakarta, 2016

Revolusi Bisnis Kreatif dan Kemajuan Ekonomi Bangsa, <http://www.republika.co.id/berita/kolom/fokus/16/02/22/o2y9tk334>, Senin, 22 Februari 2016