



## EFEKTIVITAS DAN EFISIENSI *E-COMMERCE* PADA GOJEK DI JAKARTA SEBAGAI TRANSPORTASI *ONLINE*

Aryanto Nur<sup>1</sup>, Moh Azam Abulkhoir<sup>2</sup>,

<sup>1,2</sup>Fakultas Teknik Informatika, Universitas Binasarana Informatika

<sup>1</sup>[aryantonur@gmail.com](mailto:aryantonur@gmail.com), <sup>2</sup>[mazamabulkhoir@gmail.com](mailto:mazamabulkhoir@gmail.com)

### Abstrak

Tujuan dari studi ilmiah ini adalah untuk menjelaskan bagaimana PT. Gojek menerapkan sistem informasi manajemennya. Latar belakang tulisan ini disebabkan oleh fakta bahwa, seiring perubahan zaman, kemajuan teknologi memungkinkan sistem informasi manajemen untuk menangkap informasi dengan lebih cepat dan efisien, yang membantu bisnis membuat keputusan. Sistem informasi memang ada sebelum perkembangan teknologi, tetapi munculnya sistem informasi berbasis komputer telah memungkinkan untuk memproses data dalam proses yang cepat, akurat, dan tepat. Distribusi, akuisisi, penjualan, dan promosi barang dan jasa menggunakan *platform* elektronik seperti internet, televisi, situs *web*, dan jaringan komputer lainnya dikenal sebagai perdagangan elektronik, atau *e-commerce*. Melalui penggunaan teknologi elektronik, *e-commerce* dapat menyederhanakan segalanya. Di PT. Gojek Indonesia, penggunaan *e-commerce* telah terintegrasi secara efektif. Hal ini ditunjukkan oleh struktur aplikasi bisnis, yang menawarkan kerangka kerja konseptual yang menghubungkan antarmuka dan prosedur aplikasi *e-commerce*, khususnya proses pemesanan, proses layanan, dan penyelesaian layanan.

**Kata Kunci:** Sistem informasi manajemen, *E-commerce*, PT. Gojek.

### Abstract

*The purpose of this scholarly study is to describe how PT. Gojek implemented its management information system. This writing's backdrop is due to the fact that, as times change, technology advancements enable management information systems to capture information more quickly and efficiently, which helps the business make decisions. Information systems did exist prior to the development of technology, but the advent of computer-based information systems has made it possible to process data in quick, accurate, and precise processes. The distribution, acquisition, sale, and promotion of goods and services using electronic platforms including*

### Article History

Received: November 2024

Reviewed: November 2024

Published: November 2024

Plagiarism Checker No 234

Prefix DOI :

10.8734/Koehesi.v1i2.365

Copyright : Author

Publish by : Koehesi



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)



*the internet, television, websites, and other computer networks is known as e-commerce. E-commerce may simplify things.*

**Keywords:** *Management information systems, E-commerce, PT. Gojek.*

## PENDAHULUAN

Setiap aktivitas perdagangan yang dilakukan melalui media elektronik disebut sebagai *e-commerce*. Meskipun telepon dan televisi tersedia, Internet adalah tempat sebagian besar *e-commerce* berlangsung. Ritel adalah salah satu dari banyak aspek kehidupan yang dipengaruhi oleh kemajuan teknologi, terutama Internet. Dalam hal pembelian, penjualan, dan pemasaran barang, perdagangan telah berkembang. Proses transaksi ini biasa disebut sebagai perdagangan elektronik, atau hanya *e-commerce*.

Praktik konsumen menjual dan membeli barang secara elektronik, yang merupakan transaksi bisnis-ke-bisnis menggunakan perantara komputer, khususnya melalui jaringan komputer, adalah apa yang didefinisikan Laudon & Laudon sebagai *e-commerce*.

Selain itu, David Baum (1999) menggambarkan *e-commerce* sebagai kumpulan teknologi dinamis dalam bentuk proses bisnis dan aplikasi yang memfasilitasi pertukaran produk, layanan, dan informasi secara elektronik antara perusahaan, pelanggan, dan masyarakat.

Pemahaman tentang *e-commerce* ini dapat mengakibatkan kesalahpahaman mengenai pengoperasian pasar dan sistem *e-commerce*. Setiap transaksi yang melibatkan media elektronik disebut sebagai *e-commerce*.

Sementara itu, salah satu konsep *e-commerce* adalah *marketplace*, yang berfungsi sebagai perantara antara pelanggan dan penjual. Satu-satunya kebutuhan penjual pasar adalah membeli. *Platform* situs seperti Shopee dan Lazada, yang merupakan contoh pasar, telah mengambil alih semua tugas lain, termasuk mengelola situs *web*.

Banyak modifikasi pada metode perdagangan disediakan oleh *e-commerce* ini. *E-commerce* menghilangkan persyaratan untuk pertemuan langsung antara pembeli dan penjual, yang diperlukan untuk prosedur pembelian dan penjualan tradisional. Pembeli dapat berkomunikasi secara *online* dan berdagang lintas kota tanpa bertemu secara fisik. Baik pelanggan maupun penjual mendapatkan keuntungan dari *e-commerce*. Karena mereka tidak perlu melakukan perjalanan jauh untuk menemukan barang yang mereka butuhkan, pembeli lebih ekonomis dan efisien dengan waktu mereka.

Ada kelemahan menggunakan Internet untuk memproses pembelian dan penjualan selain manfaat ini. Ketidakmampuan untuk melihat benda secara langsung dan menangani bahan yang digunakan untuk membuatnya adalah kelemahan.

Misalnya, karena konsumen tidak dapat memegang atau menyentuh bahan yang digunakan dalam pakaian, kesan dan citra pembelian mereka mungkin berbeda dari barang yang dijual.

Pelanggan kecewa sebagai hasilnya. Pelanggan mungkin merasa sulit untuk mengelola garansi untuk barang elektronik, dan tidak selalu jelas bagaimana melakukannya. Bagi konsumen dan penjual, kepercayaan adalah sumber daya yang paling berharga saat melakukan



bisnis *online*. karena fakta bahwa mereka tidak pernah benar-benar bertemu. Pembeli tidak akan mempercayai penjual jika mereka berbohong atau membuat kesalahan.

Ekosistem digital teratas di Indonesia, PT GoTo Gojek Tokopedia ("GoTo" atau "Perseroan"), menyelenggarakan *Public Expose* Tahunan hari ini untuk menguraikan prioritas dan rencana bisnisnya. Perusahaan menyoroti dalam presentasi tujuannya untuk meningkatkan sinergi ekosistem, mempercepat langkah-langkah menuju profitabilitas, fokus pada Indonesia, dan pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.

CEO GoTo Group *Andre Soelistyo* menyatakan: "Kami berdedikasi untuk tiga tujuan utama dalam setiap inovasi dan aktivitas bisnis GoTo: mencapai pertumbuhan bisnis yang berkualitas dan berkelanjutan, meningkatkan profitabilitas perusahaan, dan meningkatkan sinergi *platform* dalam ekosistem GoTo. Karena petualangan GoTo hampir tidak berlangsung setahun, kami akan terus menggunakan keunggulan kompetitif kami untuk mendorong kemajuan dan memiliki pengaruh yang menguntungkan pada masyarakat di semua tingkatan."

"Penerapan *Public Exposure* ini merupakan bagian dari komitmen GoTo untuk menerapkan *good corporate governance* (GCG) di setiap bagian kegiatan operasional kami," ujar *Koesoemohadiani*, Sekretaris Perusahaan GoTo. Kami dengan senang hati memberikan informasi mengenai operasional Perseroan selama tahun pertama integrasi, dan kami berharap masyarakat dan pemegang saham akan merasa terbantu."

#### **Empat Area Sinergi Ekosistem GoTo**

Direksi dan Manajemen GoTo menyoroti empat bidang sinergi yang menjadi fokus dan fondasi perusahaan dalam membangun bisnisnya di masa depan, berangkat dari prioritas perusahaan untuk meningkatkan sinergi antar *platform*. Area-area tersebut adalah sebagai berikut:

- Meningkatkan *cross-selling platform*
- Mengoptimalkan taktik hiperlokal untuk layanan pemenuhan dan logistik
- Mengintegrasikan layanan keuangan secara mendalam di seluruh *platform*.
- Tingkatkan layanan bernilai tambah untuk memberikan keuntungan tambahan kepada *merchant dan mitra driver*.

Membuat *cross-selling* antar *platform* lebih efektif Selanjutnya, setelah setahun pembentukan Grup GoTo, Direksi dan Manajemen Perseroan sekali lagi menguraikan beberapa pencapaian yang dimungkinkan oleh penggabungan Gojek, *platform on-demand* teratas di Indonesia, dan Tokopedia, *platform e-commerce* teratas di Indonesia. Di antara pencapaian tersebut adalah:

- *Proformal*, pendapatan kotor meningkat sebesar 53% dari tahun ke tahun pada Q1 2022 dibandingkan dengan periode yang sama tahun sebelumnya, yang lebih dari pertumbuhan nilai transaksi bruto (GTV) 46% dari tahun ke tahun.
- Peningkatan margin kontribusi dan margin EBITDA yang disesuaikan untuk Q1 2022 masing-masing sebesar 24 dan 14 poin persentase, di atas Q4 2021, menunjukkan peningkatan efisiensi operasional. Pertumbuhan di semua lini bisnis GoTo, termasuk pengguna dan GTV tertinggi untuk sektor teknologi keuangan, pertumbuhan pendapatan kotor 58% untuk



segmen *on-demand* pada 1Q2022, dan pertumbuhan pendapatan kotor 53% untuk segmen *e-commerce* pada 1Q2022.

- Sistem poin *reward* tunggal GoPay Coins, integrasi GoPay dan produk pembiayaan konsumen ke dalam *platform* Tokopedia, dan peningkatan pengalaman *hyperlocal* melalui integrasi Tokopedia dengan armada logistik *on-demand* Gojek adalah contoh fokus perusahaan pada sinergi ekosistem.

Dalam hal dampak sosial, perusahaan juga mengomunikasikan bagaimana tujuan keberlanjutan dapat diintegrasikan untuk berdampak positif bagi masyarakat dan lingkungan melalui target *Three Zeros*, yang merupakan singkatan dari *Zero Emission*, *Zero Waste*, dan *Zero Barriers*. Karena ketiga platform menjadi lebih terintegrasi, bisnis telah menetapkan tenggat waktu 2030 untuk mencapai tujuannya.

Kanal YouTube GoPay Indonesia, Tokopedia, dan Gojek Indonesia semuanya menyiarkan liputan langsung dari paparan publik ini. Baik situs *web* Perseroan ([www.gotocompany.com](http://www.gotocompany.com)) maupun Keterbukaan Informasi di Bursa Efek Indonesia ([www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)) menyediakan akses terhadap materi presentasi yang disiarkan selama *Public Exposure*.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Sistem Informasi Manajemen

Sistem informasi manajemen adalah sistem perencanaan yang merupakan komponen dari pengendalian internal perusahaan dan melibatkan penggunaan catatan, teknologi, sumber daya manusia, dan prosedur akuntansi manajemen untuk mengatasi masalah perusahaan, seperti harga layanan, produk, atau rencana bisnis. Karena digunakan untuk memeriksa sistem informasi lain yang diterapkan pada kegiatan operasional organisasi, sistem informasi manajemen berbeda dengan sistem informasi biasa.

Sistem Informasi Manajemen melayani fungsi-fungsi berikut: menyediakan data untuk digunakan dalam menentukan harga barang dan jasa serta untuk penggunaan lain yang diinginkan manajemen, Menyediakan data untuk perbaikan, perencanaan, kontrol, dan penilaian yang berkelanjutan. Memberikan informasi yang dibutuhkan orang untuk membuat keputusan.

Sementara beberapa sistem informasi dikategorikan sebagai sistem informasi manajemen, yang lain melakukan berbagai tugas, termasuk:

#### 1. Peranan Proses Bisnis dan Operasional

Peranan sistem informasi untuk operasi bisnis adalah untuk memproses transaksi bisnis, mengontrol proses industrial, dan mendukung komunikasi serta produktivitas kantor secara efisien.

##### a. *Transaction Processing System (TPS)*

TPS berkembang dari sistem informasi manual untuk sistem proses data dengan bantuan mesin menjadi sistem proses data elektronik (*electronic data processing system*)

##### b. *Process Control System (PCS)*

Sistem informasi manajemen secara rutin membuat keputusan yang mengendalikan proses managerial seperti pengendalian produksi



c. *Office Automation System (OAS)*

OAS mengumpulkan, memproses, menyimpan dan mengirim data informasi dalam bentuk komunikasi elektronik.

2. Peranan Pengambilan Keputusan

Sistem Informasi Manajemen menyediakan informasi untuk pengambilan keputusan manajemen.

3. Peranan Persaingan Keuntungan Strategis

Sistem informasi dapat memainkan peran yang besar dalam mendukung tujuan strategis dari sebuah perusahaan. Sebuah perusahaan dapat bertahan dan sukses dalam waktu yang lama jika perusahaan itu sukses membangun strategi untuk melawan kekuatan yang berupa ancaman dari perusahaan baru, ancaman dari produk baru maupun persaingan dari para pesaing yang berada di industri yang sama.

### Perusahaan PT. Gojek Indonesia



Nadiem Makarim pertama kali mendirikan PT. Gojek Indonesia pada tahun 2010. Sebagai bisnis yang sadar sosial, Gojek memelopori transformasi layanan ojek. Gojek adalah solusi utama untuk mengangkut barang, memesan pengiriman makanan, berbelanja, dan menavigasi lalu lintas. Ini bekerja sama dengan pengemudi ojek yang terampil. Aplikasi *online* yang sudah dapat diakses di *Playstore* dan *Apple Store* berfungsi sebagai *platform* pemesanan Gojek. Gojek menawarkan dua opsi pembayaran: tunai dan tanpa uang tunai, atau go-pay, yang dapat digunakan untuk membayar segala jenis layanan di Gojek. Gojek menggunakan teknologi informasi untuk memberikan layanan, termasuk:

1) Teknologi *End User*

Aplikasi *Smartphone Android*

Aplikasi *Smartphone IOS*

2) Teknologi *Database*

*Cloud Computing*

*Samrtphone Storage*

3) *API (Application Programming Interface)*

*Goggle Maps & Google Place*



### ***E-commerce* Pada PT. Gojek**

Distribusi, akuisisi, penjualan, dan promosi barang dan jasa menggunakan *platform* elektronik seperti internet, televisi, situs *web*, dan jaringan komputer lainnya dikenal sebagai perdagangan elektronik, atau *e-commerce*. Melalui penggunaan teknologi elektronik, *e-commerce* dapat menyederhanakan berbagai hal.

Menurut Munawar (2009), *e-commerce* juga dapat didefinisikan sebagai proses komersial yang menggunakan teknologi elektronik untuk menghubungkan bisnis, konsumen, dan masyarakat melalui transaksi elektronik dan pertukaran/penjualan barang, jasa, dan informasi.

*E-commerce* secara khusus mengacu pada situs *web* yang menawarkan atau memfasilitasi transaksi *online*, serta belanja *online*, perdagangan, dan penjualan langsung yang memanfaatkan sumber daya internet. Salah satu contoh situs *web* jenis ini adalah yang menawarkan layanan "dapatkan dan kirimkan".

Ketika spanduk elektronik pertama kali digunakan di halaman situs *web* untuk iklan dan promosi pada tahun 1994, *e-commerce* lahir. Forrester Research memperkirakan bahwa pada tahun 2003, *e-commerce* menghasilkan penjualan \$12,2 miliar.

Aplikasi *e-commerce* yang umum mencakup contoh berikut:

- *E-Mail And Messaging*
- *Content Management System*
- *Database*
- Akunting dan sistem keuangan
- Informasi pengiriman dan pemesanan
- *Online Shopping*
- *Conferencing*
- *Online Banking*

*E-commerce* sendiri dibagi menjadi tiga tipe, yaitu:

- ***Electronic Markets (EMs)***

EMS adalah metode penawaran produk di segmen pasar tertentu dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi.

- ***Electronic Data Interchange (EDI)***

EDI adalah format standar untuk pertukaran data terstruktur yang telah ditetapkan oleh perusahaan yang menggunakan media elektronik untuk mentransfer data lintas sistem komputer.

- ***Internet Commerce***

Penggunaan internet untuk komunikasi dan pertukaran informasi dalam bisnis atau perdagangan dikenal sebagai perdagangan internet. Biasanya, kegiatan yang terdiri dari perdagangan Internet berbentuk iklan barang dan jasa. Gojek sedang menciptakan model *e-commerce* bisnis-ke-pelanggan yang melibatkan reservasi *online* individu. Membandingkan layanan *e-commerce* Gojek dengan model transportasi lainnya, mereka sangat komprehensif. Calon penumpang Gojek dapat menggunakan layanan kurir, transportasi, pengiriman makanan, dan belanja berkat *e-commerce* Gojek yang terintegrasi. Salah satu aspek menarik dari Gojek adalah pengguna dapat memanfaatkan Kredit Gojek untuk semua pembelian



mereka, sehingga lebih bermanfaat. Fitur menarik lainnya adalah pengguna dapat menilai dan merekomendasikan *driver* Gojek.

Beberapa menu tersebut terdapat pada layanan Gojek app yaitu:

- ***Instant Courier Instant***

Gojek adalah layanan pengiriman barang atau kurir yang menawarkan pengiriman produk "*real time*". Secara alami, jumlah yang dibayarkan mencerminkan jarak yang ditempuh, yang secara otomatis ditunjukkan pada aplikasi. Dimungkinkan untuk mengangkut produk dan dokumen. disertai dengan peringatan bahwa barang yang diangkut tidak boleh lebih besar dari tinggi pengemudi atau celah antar setang sepeda motor. Selama barang masih berada di kota, Gojek menawarkan periode pengiriman yang cukup cepat selama 90 menit.

- ***Transport***

Seperti namanya, Gojek digunakan sebagai alat transportasi, terutama saat kemacetan lalu lintas dan ketika transportasi umum sulit ditemukan. Manfaat Gojek adalah kita dapat memastikan lokasi dan tujuan calon wisatawan di awal proses pemesanan, dan aplikasi langsung mengonfirmasi biaya yang harus dibayar oleh calon pelancong. Karena kejelasan harga dan penghapusan tawar-menawar, fitur ini membuat calon penumpang merasa lebih efisien. Penumpang yang menggunakan layanan transportasi ini diberikan masker dan penutup rambut gratis.

- ***Food Delivery***

Kita bisa mendapatkan makanan dari restoran favorit kita tanpa mengunjungi sana secara fisik berkat layanan pengiriman makanan. Cukup lakukan pemesanan kami dan beri tahu kami item menu mana yang ingin kami pesan di aplikasi restoran. Untuk mempermudah, beberapa kategori makanan sudah disarankan dalam layanan ini.

- ***Shopping***

Layanan belanja atau belanja Gojek dapat membantu belanja bahan makanan dengan memberikan spesifikasi barang yang ingin Anda beli. Hebatnya, Gojek akan membayar seluruh uang di muka dan menerima penggantian pada saat kedatangan di tempat tujuan, hingga maksimal Rp 1.000.000. Empat menu utama layanan Gojek *App* menawarkan fitur-fitur sebagai berikut:

Input Data, Gojek akan menghitung pembayaran ketika calon penumpang memilih lokasi penjemputan dan tujuan. Setelah itu, calon wisatawan memilih apakah akan membayar dengan uang tunai atau Gojek Credit. Sopir sedang dalam perjalanan. Setelah perintah, aplikasi akan bereaksi untuk menemukan pengemudi Go-Jek terdekat dengan posisi calon penumpang. Fitur ini memungkinkan calon penumpang untuk melihat informasi GPS tentang posisi pengemudi Gojek yang akan menjemput mereka, serta perkiraan waktu kedatangan pengemudi.

Telepon dan SMS. Calon penumpang dapat menggunakan opsi SMS & Call yang ditawarkan oleh Gojek Apps jika Pengemudi Gojek belum datang. Ketika pengemudi tidak datang, kirim SMS atau telepon.



Evaluasi Pengemudi. Karena pengemudi Gojek akan mendapatkan insentif bulanan berdasarkan *rating* mereka, penumpang dapat memanfaatkan fungsi ini untuk memberikan komentar dan ulasan terkait layanan yang diberikan oleh pengemudi Gojek. 1.4 Periksa *driver*.

*E-wallet* Penumpang dapat membayar dengan lebih mudah karena tidak membutuhkan uang tunai berkat fitur ini. Go-Jek menawarkan kode voucher isi ulang Rp 50.000 kepada mereka yang ingin menggunakannya untuk pertama kalinya. Mereka kemudian dapat mentransfer dana menggunakan bank yang ditentukan.

## METODOLOGI PENELITIAN

Untuk mengkarakterisasi dan menilai efektivitas dan efisiensi layanan transportasi *online* Gojek, penelitian ini menggunakan metodologi deskriptif kuantitatif. Pendekatan ini dipilih untuk memeriksa data menggunakan angka, statistik, dan opini pengguna yang diproses secara kuantitatif.

Teknik menguji, mengukur, dan merumuskan hipotesis berdasarkan perhitungan statistik dan matematika dikenal sebagai penelitian deskriptif kuantitatif. Wawancara, observasi, dan survei semuanya dapat digunakan sebagai metode pengumpulan data. Sampel data metode ini lebih terstruktur dan objektif, dan dapat ditampilkan sebagai laporan, grafik, tabel, matriks, atau angka dengan nilai yang dapat diukur.

Selain itu, Sugiyono mengklarifikasi bahwa tindakan penjelasan, uraian, dan penyajian data yang dikumpulkan melalui pengukuran atau observasi adalah konsep analisis data deskriptif kuantitatif. Memberikan gambaran yang lebih jelas dan dapat dipahami dari materi yang diteliti adalah tujuan dari analisis ini. Sebelum melakukan analisis inferensial, Sugiyono juga menekankan dalam bukunya "*Quantitative, Qualitative, and R&D Research Methods*" bahwa analisis data deskriptif kuantitatif adalah langkah pertama yang penting. Oleh karena itu, Sugiyono mendefinisikan analisis data deskriptif kuantitatif sebagai proses penjelasan dan penyajian data numerik menggunakan berbagai pendekatan statistik untuk memberikan gambaran yang lebih komprehensif dan jelas tentang fitur data yang diteliti.

Selain itu, Sugiyono mengklarifikasi bahwa tindakan penjelasan, uraian, dan penyajian data yang dikumpulkan melalui pengukuran atau observasi adalah konsep analisis data deskriptif kuantitatif. Memberikan gambaran yang lebih jelas dan dapat dipahami dari materi yang diteliti adalah tujuan dari analisis ini. Sebelum melakukan analisis inferensial, Sugiyono juga menekankan dalam bukunya "*Quantitative, Qualitative, and R&D Research Methods*" bahwa analisis data deskriptif kuantitatif adalah langkah pertama yang penting. Oleh karena itu, Sugiyono mendefinisikan analisis data deskriptif kuantitatif sebagai proses penjelasan dan penyajian data numerik menggunakan berbagai pendekatan statistik untuk memberikan gambaran yang lebih komprehensif dan jelas tentang fitur data yang diteliti.

### Teknik Dalam Analisis Data Kuantitatif

Banyak metode digunakan dalam analisis data deskriptif kuantitatif untuk mengkarakterisasi, meringkas, dan menampilkan data numerik. Metode ini membantu dalam mendapatkan pemahaman yang lebih dalam tentang properti data tanpa menarik kesimpulan



tentang populasi umum. Ini adalah beberapa metode khas yang digunakan dalam analisis data deskriptif kuantitatif:

### Ukuran Pusat

Ukuran pusat adalah Nilai atau angka yang menunjukkan "tengah" dari kumpulan data disebut ukuran pusat. Ini membantu dalam menemukan sebagian besar data.

*Mean* adalah rata-rata dari semua nilai numerik kumpulan data ketika data disusun dari yang terkecil ke yang terbesar.

*Median* adalah nilai tengah. Median adalah nilai di tengah ketika jumlah data ganjil. Median adalah rata-rata dari dua bilangan tengah jika genap.

Modus adalah informasi yang paling sering muncul. Fenomena yang paling umum ditunjukkan oleh modus, yang merupakan ukuran konsentrasi. Kumpulan data yang diperoleh mungkin tidak berisi nilai mode atau mungkin memiliki nilai yang tidak tunggal.

### Ukuran Sebaran

Ukuran sebaran adalah Metrik yang disebut ukuran penyebaran menunjukkan seberapa tersebar atau padat data, termasuk:

*Rentang (range)*: Variasi antara nilai terbesar dan terendah kumpulan data.

*Variansi (variance)*: Kuadrat rata-rata dari deviasi setiap nilai dari rata-rata. Semakin banyak variasi, semakin tersebar datanya.

*Deviasi Standar (standar deviation)*: Akar kuadrat varians dikenal sebagai standar deviasi. menjelaskan sejauh mana data menyimpang dari rata-rata. Spread meningkat dengan ukurannya.

### Ukuran Posisi

Ukuran posisi mencirikan lokasi relatif nilai dalam himpunan data, termasuk:

*Kuartil*: Data yang telah dibagi menjadi empat bagian yang sama disebut kuartil. Posisi data ditunjukkan oleh kuartil Q1, Q2 (median), dan Q3.

*Persentil*: Nilai yang membagi data menjadi proporsi tertentu disebut persentil.

### Korelasi Dan Regresi

*Korelasi*: Metrik yang digunakan untuk mengukur tingkat hubungan antara dua variabel disebut korelasi. Korelasi Pearson sering digunakan.

*Regresi*: Analisis regresi memeriksa hubungan antara satu atau lebih variabel independen dan satu atau lebih variabel dependen. Jenis regresi yang paling dasar disebut regresi linier.

### Analisi Outlier

Outliner adalah nilai yang menyimpang secara signifikan dari nilai lain dalam himpunan data dikenal sebagai outlier.

*Deteksi Outlier*: adalah teknik yang menggunakan kuartil atau skor-z untuk menemukan outlier.

*Penanganan Outlier (outlier handling)*: Outlier dapat ditangani dengan beberapa cara, seperti menghilangkannya jika memiliki dampak besar pada analisis.



## **Langkah Analisis Data Deskriptif Kuantitatif**

Ada prosedur tertentu yang harus diikuti saat menganalisis data. Menganalisis data deskriptif kuantitatif tidak berbeda. Ada sejumlah langkah yang terlibat dalam melakukan penelitian menggunakan teknik analisis data deskriptif kuantitatif, antara lain:

### **Pengumpulan Data**

Pertama, kumpulkan informasi yang relevan untuk studi atau analisis Anda. Observasi, survei, pengukuran, sumber data, dan metode lainnya semuanya dapat digunakan untuk mengumpulkan data.

### **Penyusunan Data**

Langkah kedua adalah mengatur data yang dikumpulkan ke dalam format yang sesuai, seperti spreadsheet atau tabel. Pastikan data bersih, terstruktur dengan baik, dan bebas dari kesalahan input.

### **Eksplorasi Data**

Ketiga, lakukan eksplorasi data awal untuk memahami sifat-sifat data. Periksa data, sesuaikan ukuran penyebaran dan pusat, dan buat visualisasi awal seperti boxplot atau histogram.

### **Hitung Ukuran Pusat Dan Ukuran Sebaran**

Keempat, tentukan titik tengah dengan menghitung rata-rata, median, dan mode data. Untuk menentukan seberapa jauh data menyimpang dari rata-rata, selanjutnya hitung rentang, varians, dan standar deviasi.

### **Visualisasi Data dan Identifikasi Ukuran Posisi**

Kelima, kembangkan visualisasi data yang relevan untuk memahami distribusi dan pola data, seperti diagram sebar, boxplot, atau histogram. Persentil nilai dari data Anda kemudian dapat ditentukan dengan mengidentifikasi kuartil dan persentil.

### **Analisis Korelasi**

Keenam, untuk menentukan hubungan antara dua atau lebih variabel, lakukan analisis korelasi jika Anda memiliki banyak kumpulan data. Manfaatkan teknik seperti korelasi Pearson jika variabelnya kontinu.

### **Analisis Regresi (jika perlu)**

Gunakan teknik regresi, seperti regresi linier, untuk menentukan hubungan sebab-akibat antara variabel independen dan dependen.

### **Identifikasi dan Penanganan Outlier**

Kedelapan, cari outlier dalam data Anda dan, jika perlu, ambil tindakan yang tepat. Analisis mungkin sangat dipengaruhi oleh outlier ini.

### **Interpretasi Hasil**

kesembilan, setelah tinjauan interpretasi yang menyeluruh. Selain itu, jelaskan tren dan kesimpulan yang Anda temukan, bersama dengan konsekuensi untuk penetapan dan tujuan investigasi Anda.

### **Penyajian dan Laporan**

Terakhir, sampaikan temuan analisis Anda dengan benar dalam laporan atau presentasi. Untuk mengkomunikasikan informasi secara efektif dan efisien, gunakan narasi, tabel, dan grafik.



## HASIL DAN PEMBAHASAN

Sistem Informasi Manajemen (SIM) sangat penting untuk *e-commerce*, terutama bagi perusahaan transportasi *online* seperti Gojek. SIM umumnya membantu bisnis dalam mengelola, menyimpan, dan menganalisis data dengan lebih efektif. Ini memungkinkan bisnis untuk mengelola inventaris, meningkatkan efisiensi, mengawasi transaksi secara real time, dan meningkatkan layanan pelanggan.

Melalui integrasi rantai pasokan, administrasi basis data, sistem keamanan, dan analisis perilaku pelanggan, SIM juga mendukung operasional perusahaan di *e-commerce*, seperti yang telah diterapkan Gojek. Hal ini memungkinkan transaksi seperti pembayaran atau reservasi layanan untuk dilanjutkan dengan lebih cepat dan mudah. Di era digital yang sangat kompetitif, pemanfaatan SIM yang efektif akan meningkatkan kepuasan konsumen dan daya saing bisnis.

*Michael Porter, yang menciptakan gagasan rantai nilai, dan Peter Drucker, yang dijuluki "bapak manajemen modern,"* adalah dua kontributor penting untuk penciptaan SIM di industri *e-commerce*. Keduanya menawarkan perspektif dasar tentang bagaimana manajemen dan teknologi informasi dapat meningkatkan efisiensi operasi perusahaan, termasuk *e-commerce*.

### Definisi *E-Business* Dan *E-commerce*

Istilah "*e-business*" menggambarkan berbagai operasi komersial yang dilakukan secara *online*. Ini mencakup pemasaran digital, penjualan *online*, dukungan pelanggan *online*, dan operasi bisnis terkait teknologi informasi lainnya.

*E-commerce*: Subdivisi *E-Business* yang berfokus pada transaksi *online* jual beli barang dan jasa. Ini mencakup *platform* termasuk pembayaran digital, pasar elektronik, dan toko *online*.

### Peran Sistem Informasi *E-Business* Dan *E-commerce*

1. Manajemen Basis Data dan: Sistem informasi memfasilitasi pengelolaan, pengambilan, dan penyimpanan data yang luas dan rumit yang berkaitan dengan klien, barang, dan transaksi. Basis data memungkinkan bisnis menyimpan data dengan aman dan membuatnya mudah diakses.
2. Sistem manajemen konten (CMS) memudahkan pembuatan, pengeditan, dan distribusi materi secara efektif. Ini sangat penting untuk mengembangkan identitas merek *online* dan untuk pemasaran digital.
3. Sistem Keamanan Informasi: Keamanan informasi merupakan perhatian utama dalam *e-bisnis* dan *e-commerce* karena pentingnya data klien dan transaksi keuangan yang menguntungkan. Data sensitif dilindungi dan transfer data diamankan oleh mekanisme keamanan.
4. Shopify, Magento, dan WooCommerce hanyalah beberapa *platform e-commerce* yang didukung oleh sistem informasi. Ini menawarkan fungsi termasuk manajemen inventaris, pembayaran *online*, dan keranjang belanja.
5. Sistem Analitik dan Pelaporan: Menganalisis data membantu seseorang memahami tren pasar, perilaku pelanggan, dan kinerja perusahaan. Bisnis dapat membuat keputusan berdasarkan data yang lebih baik berkat teknologi analitik dan pelaporan.



## Analisis Pemasaran PT Gojek

Dengan menggabungkan segmentasi pasar yang melibatkan pembagian pemasaran produk berdasarkan target pelanggan penargetan yang menentukan pasar mana yang akan ditargetkan dan positioning yang melibatkan penguatan merek sehingga pelanggan selalu mengingat produk perusahaan *Kotler & Keller (2012)* mengklarifikasi bahwa keunggulan kompetitif yang harus dimiliki bisnis adalah strategi pemasaran yang tepat. Sebuah bisnis dianggap berhasil dalam pengembangan produk jika dapat secara akurat menentukan keinginan pelanggannya dan menghasilkan barang dan jasa berkualitas tinggi dengan harga yang kompetitif dengan merek yang kuat.

Menurut deskripsi *Jennie (2015)*, generasi milenial dikenal memiliki ciri-ciri konsumen Indonesia modern, antara lain kurangnya loyalitas merek yang kuat, sensitivitas harga, rasa kebersamaan, dan kepekaan terhadap kemajuan teknologi. PT Gojek menggunakan segmentasi manajemen pemasaran berdasarkan atribut konsumen, psikografis, dan segmentasi berdasarkan respon konsumen untuk mewujudkan manajemen pemasaran yang baik, seperti yang disampaikan oleh *Kotler*.

Dengan menawarkan promosi yang terbagi dalam beberapa kelompok, termasuk kelompok sasaran karyawan, masyarakat umum, dan mahasiswa, Go-Jek memisahkan pasarnya yang luas secara demografis dan sosial ekonomi, seperti yang terlihat dari segmentasi karakteristik konsumen. Sementara itu, Gojek menetapkan lokasi operasionalnya di dalam wilayah Kota Jakarta melalui segmentasi fitur geografis, karena ini menandai dimulainya kehadiran Gojek di Jakarta dan akan diperluas ke kota-kota lain setelah berhasil. Secara psikologis, Gojek menawarkan promosi diskon untuk menggunakan Go Pay untuk menarik pria dan wanita dalam kelompok gaya hidup yang merupakan konsumen kelas menengah ke bawah dan menengah ke atas.

Selanjutnya, ada segmentasi berdasarkan respons konsumen, yang selanjutnya dibagi lagi menjadi segmen loyalitas, pengguna, tunjangan, dan balasan promosi. Menurut segmentasi manfaat, konsumen terlebih dahulu mempertimbangkan untuk mencari moda transportasi yang menawarkan berbagai keunggulan dan kemudahan. Go-jek muncul sebagai solusi untuk semua kebutuhan ini, termasuk tidak hanya layanan antar-jemput tetapi juga belanja pribadi dan kurir langsung. Gojek memisahkan pasar menjadi pengguna berat, menengah, dan ringan berdasarkan segmentasi pengguna. Untuk menentukan bagaimana memasarkan produknya melalui iklan radio dan menyelenggarakan acara di awal pembukaan, Gojek melihat reaksi promosi. Terakhir, balasan pelanggan tersegmentasi menurut loyalitas. Gojek memisahkan basis pelanggannya menjadi dua kategori: pelanggan loyal dan pelanggan tidak loyal (Mahayuni, Purnawan, & Cahyani, 2016).

PT Gojek telah mengadopsi metode pemasaran yang disebut penargetan selain segmentasi pasar. Secara alami, sebagai perusahaan teknologi yang sangat terkait dengan ide-ide kontemporer, Go-jek melayani pasar yang sangat spesifik: konsumen kelas menengah dan menengah ke atas yang mobile, usia kerja, dan mahir dengan *Smartphone* dan internet. Target konsumen ini dipilih berdasarkan analisis Wahid & Puspita (2017), yang sangat cocok karena



kelompok konsumen tumbuh dalam ukuran dan pendapatan pada saat produk Go-jek lebih mudah diakses.

Terakhir, *positioning* adalah teknik pemasaran yang digunakan PT Gojek untuk mempromosikan barang-barangnya. Secara khusus, dengan menetapkan "Gojek" sebagai istilah umum untuk menunjukkan bahwa layanan antar-jemput *online* dapat menggantikan judul "grab" dan "uber". Karena merek ini sering dikenal dan diingat oleh masyarakat karena penggunaan istilah "ojek" dan "gojek" yang tepat, serta sebutan "aqua" untuk beberapa jenis air mineral kemasan yang tersedia di pasaran.

#### **Definisi Sistem Informasi Menurut Para Ahli**

1. *Jane P. Laudon dan Kenneth C. Laudon*

"Sistem informasi manajemen terdiri dari jaringan, perangkat lunak, perangkat yang terhapus, dan sumber daya manusia yang membantu perusahaan mengelola data yang mereka butuhkan untuk mencapai tujuan strategis."

2. *James A. O'Brien*

"Sistem formal organisasi yang didukung komputer untuk mengumpulkan, memproses, menyimpan, dan berbagi informasi disebut Sistem Informasi Manajemen. SIM memfasilitasi pengambilan keputusan untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi organisasi."

3. *Efosa C. Idemudia*

"Untuk mengumpulkan, mengatur, menyimpan, memproses, dan mendistribusikan informasi yang berkaitan dengan manajemen dan pengguna lain, sistem informasi manajemen terdiri dari komponen perangkat keras dan perangkat lunak, serta proses, aktivitas, dan personel."

4. *Gerald V. Post*

"Sistem informasi manajemen adalah sistem yang memberikan manajemen informasi yang mereka butuhkan untuk membuat keputusan dan meningkatkan kemampuan mereka untuk mengawasi dan mengelola bisnis."

#### **Pengalaman Pengguna Dan Antarmuka Pengguna**

- *Merancang untuk Pengalaman Pengguna (UX)*: Sistem informasi membantu membuat aplikasi dan situs *web* dengan antarmuka pengguna intuitif yang meningkatkan kebahagiaan pengguna.
- *Responsivitas Seluler*: Sistem informasi memfasilitasi pembuatan situs *web* dan aplikasi yang responsif terhadap berbagai perangkat, sejalan dengan tren penggunaan perangkat seluler.

#### **Integrasi Dengan Rantai Pasokan**

*Enterprise Resource Planning (ERP)*: Perencanaan Sumber Daya Perusahaan, atau ERP Produksi, distribusi, keuangan, dan manajemen sumber daya manusia hanyalah beberapa dari operasi perusahaan yang diintegrasikan oleh sistem ERP. Visibilitas dan efisiensi rantai pasokan bergantung pada integrasi ini.



## **Keuntungan dan Tantangan Sistem Informasi E-business dan *E-commerce***

1. Manfaat: termasuk peningkatan akses pasar, jangkauan di seluruh dunia, efisiensi operasional, analisis data menyeluruh, dan kapasitas untuk bereaksi cepat terhadap pergeseran di pasar.
2. Tantangan: Keamanan informasi, persaingan yang ketat, kemajuan teknologi yang pesat, dan kesulitan dengan pengiriman dan logistik adalah beberapa kesulitan.

## **Analisa Sistem Informasi Manajemen pada Bisnis PT. GOJEK Indonesia**

### **1. *Transaction processing system***

Sistem Pemrosesan Transaksi yang mengawasi dan mendokumentasikan alur transaksi masuk dan keluar di *platform* Gojek meliputi sistem pembayaran Gojek. Biaya perjalanan dihitung sebagai bagian dari transaksi ini, kredit Gojek ditambahkan saat konsumen menaikkan deposito, dan kredit dipotong saat membayar layanan Gojek. Selain itu, TPS mencakup proses pemesanan, ketika pengguna dimintai informasi seperti lokasi awal, tujuan, dan detail lainnya.

### **2. *Process Control System***

Tujuan dari sistem kontrol proses adalah untuk memastikan bahwa setiap langkah proses pemesanan di Gojek mengikuti Standar Operasional Prosedur (SOP) yang telah ditetapkan.

### **3. *Enterprise Collaboration System***

Gojek menggunakan Sistem Kolaborasi Perusahaan untuk membantu semua cabangnya di berbagai daerah berkoordinasi dan berbagi informasi. Gojek memberikan nama dan gambar kepada pengemudi dan pengganti layanan lainnya untuk meningkatkan kenyamanan pelanggan, dan pengemudi dapat mendapatkan nama dan nomor telepon pelanggan untuk berbicara dengan mereka secara langsung.

## **Analisa Sistem Informasi Manajemen untuk Pengambilan Keputusan pada PT. Gojek Indonesia**

### **1. *Management Information System***

Data reports, service monitoring, and customer relationship management (CRM) adalah fitur dari sistem informasi manajemen yang dimanfaatkan Gojek. Sistem ini membantu manajemen dalam mendapatkan akses ke data tertentu, termasuk transaksi pengguna, informasi pemesanan, statistik, kinerja pengemudi, dan layanan lainnya.

### **2. *Decision Support System***

Administrator Gojek menggunakan fakta unik dari pengumpulan data sebelumnya sebagai dasar untuk pilihan strategis termasuk memilih fokus atau ekspansi bisnis, mempekerjakan pengemudi atau meluncurkan layanan baru, dan meningkatkan penawaran saat ini.

### **3. *Executive Information System***

Para eksekutif di Gojek menggunakan data dari Sistem Informasi Eksekutif (EIS) untuk membuat kebijakan yang akan meningkatkan pertumbuhan dan kinerja perusahaan secara keseluruhan. Contohnya seperti meneliti pesaing, membentuk aliansi dengan bisnis lain, melakukan Penawaran Umum Perdana (IPO) untuk meningkatkan potensi pengembangan perusahaan, dan membuat regulasi untuk bersaing secara efektif.



## **Implementasi Supply Chain Management (SCM) di PT. Gojek Indonesia**

Dalam rangka mengintegrasikan semua mitra, termasuk pengemudi, pelanggan, dan pemangku kepentingan lain yang terlibat dalam proses transaksi, Gojek menggunakan teknologi internet untuk membangun manajemen rantai pasokan sebagai konsep manajemen. Mengenai sistem Gojek menawarkan layanan pemrosesan pesanan untuk akuntansi, memungkinkan pelanggan untuk melakukan pemesanan layanan. Jumlah pembayaran akan diputuskan menggunakan informasi yang dikumpulkan dari formulir pemesanan. Setelah dicatat dalam penagihan fasilitas, jumlah pembayaran akan diposting ke buku besar. Bukti pembayaran konsumen akan dicatat pada tanda terima tunai dan ditambahkan ke buku besar.

Tergantung pada jenis pengaturan bagi hasil yang telah diputuskan oleh Gojek dan mitranya, pesanan pelanggan yang dilakukan dengan mitra Gojek akan dimasukkan dalam Sistem Pembayaran Tunai atau Hutang Usaha. Bagi hasil yang diterima oleh kedua belah pihak akan dimasukkan ke dalam sistem buku besar Gojek.

## **Penerapan manajemen hubungan pelanggan (CRM) oleh Gojek Indonesia**

Di PT Gojek, CRM diimplementasikan melalui penggunaan situs *web* dan aplikasi sebagai instrumen untuk meningkatkan pendapatan melalui penjualan layanan, menawarkan layanan yang lebih baik, dan menerapkan proses transaksi yang sudah mapan.

Biografi perusahaan, daftar produk, forum diskusi manajemen pelanggan, dan prosedur pemesanan layanan adalah beberapa detail yang ditampilkan di aplikasi dan situs *web*. Selain menjadi komponen dari strategi CRM, Gojek menawarkan kepada klien setianya program frequent flyer dwibahasa yang mengirimi mereka email dengan informasi terbaru dari bisnis.

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa, keluarga, teman-teman, dan semua pihak yang telah membantu dalam pelaksanaan dan penulisan peneliti ini untuk di jadikan jurnal ilmiah.

### **CRM Gojek**

CRM (Customer Relationship Management) perusahaan Gojek terdiri dari kegiatan-kegiatan sebagai berikut:

#### *1. Manajemen Kontak dan Akun*

Untuk menjaga kontak dan akun, Gojek Indonesia menggunakan berbagai metode, termasuk *Database*, halaman *web*, email, situs media sosial seperti Facebook, Instagram, dan Twitter, dan nomor telepon yang disediakan di situs *web*. Detail tentang akun pelanggan disimpan dalam *Database* untuk memfasilitasi komunikasi email manajemen dengan pelanggan mengenai pembaruan.

#### *2. Penjualan*

Proses pemesanan layanan Gojek diselesaikan dengan menggunakan aplikasi yang terhubung ke internet. Melalui aplikasi yang dapat diunduh ke *Smartphone IOS* atau *Android* mereka, pelanggan dapat melakukan pemesanan layanan.



### 3. Pemasaran dan Pemenuhan Pesanan (*Marketing and fulfillment*)

Program ini digunakan untuk melakukan kampanye pemasaran dan pemenuhan pesanan layanan. Selain itu, perusahaan menggunakan media elektronik seperti situs *web*, media sosial, email, dan telepon, serta media massa seperti surat kabar dan majalah, untuk mempromosikan produknya. Selanjutnya, Gojek menerapkan inisiatif pemasaran melalui usaha patungan dengan bisnis lain.

### 4. Dukungan dan Layanan Pelanggan

Pengguna dapat mengakses berbagai informasi melalui program Gojek, seperti petunjuk penggunaan layanan, kebijakan perusahaan, dan cara menghubungi tim customer care. Panggilan adalah salah satu layanan dan dukungan yang ditawarkan kepada klien. pusat, email, dan media sosial.

### 5. Program untuk Loyalitas dan Retensi

Dengan memberikan selebaran program reguler dengan informasi terbaru tentang bisnis kepada klien setia, Gojek menetapkan program retensi dan loyalitas. Tujuan program ini adalah untuk meningkatkan loyalitas. klien setia bisnis.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Blogger; [Peranan sistem informasi manajemen pada PT GOJEK \(peranansimgojek.blogspot.com\)](https://peranansimgojek.blogspot.com)
- [2] Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). **Marketing Management** (15th ed.). Pearson Education.
- [3] Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2021). **E-commerce: Business, Technology, Society** (15th ed.). Pearson.
- [4] Dinas Perhubungan DKI Jakarta. (2020). **Laporan Tahunan Transportasi DKI Jakarta**. Pemerintah Provinsi DKI Jakarta.
- [5] Nasution, M. N., & Mavondo, F. (2008). **Customer Value in the Transportation Industry: A Comparative Study of Conventional and Online Transportation Services in Jakarta**. *Journal of Marketing Management*, 24(7-8), 797-812.
- [6] Tambunan, T. (2018). **E-commerce Development in Indonesia: Opportunities and Challenges**. *Journal of Southeast Asian Economies*, 35(1), 123-138.
- [7] Gunawan, A., & Supardi, S. (2021). **Analisis Efektivitas Layanan Gojek Sebagai Transportasi Online di Jakarta**. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Manajemen*, 12(2), 45-60.
- [8] Wijaya, H. (2019). **Efisiensi Operasional pada Layanan E-commerce di Indonesia**. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 10(3), 235-250.
- [9] Lee, C. S., & Jung, Y. S. (2020). **The Impact of Online Platforms on Urban Mobility in Southeast Asia**. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 134, 128-143.
- [10] Fauzi Rahman S.Pd. - 14 April 2024 [Sistem Informasi Manajemen Menurut Para Ahli: Pendekatan Praktis dalam Mengelola Bisnis Modern - Tambah Pinter](#)
- [11] **Empat Pilar Strategi GoTo Dorong Integrasi Ekosistem untuk Pertumbuhan Bisnis Berkelanjutan** [Empat Pilar Strategi GoTo Dorong Integrasi Ekosistem untuk Pertumbuhan Bisnis Berkelanjutan](#)



- [12] Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2021). *E-commerce 2021: Business, Technology, Society*. Pearson
- [13] Turban, E., King, D., McKay, J., Marshall, P., Lee, J. K., & Viehland, D. (2015). *Electronic Commerce 2015: A Managerial and Social Networks Perspective*. Springer
- [14] Chaffey, D. (2019). *Digital Business and E-commerce Management*. Pearson Education Limited.
- [15] Digital Commerce 360. (2023). *Global E-commerce Statistics*. Retrieved from <https://www.digitalcommerce360.com/>