

## Pengembangan Bisnis: Strategi dan Solusi IT

Iga Dwi Wardanah<sup>1</sup>, Khairunnisa Saragih<sup>2</sup>, Muhammad Fauzan Azmi<sup>3</sup>, Wiwin Khairany Simanjuntak<sup>4</sup>, Nurbaiti<sup>5</sup>

<sup>1</sup>Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan

<sup>2</sup>Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan

<sup>3</sup>Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan

<sup>4</sup>Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan

<sup>5</sup>Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Medan

[igadwiwardanah@gmail.com](mailto:igadwiwardanah@gmail.com), [khairunnisasrgh21@gmail.com](mailto:khairunnisasrgh21@gmail.com), [fauzanazmi1109@gmail.com](mailto:fauzanazmi1109@gmail.com), ,

[khairany.simanjuntak04@gmail.com](mailto:khairany.simanjuntak04@gmail.com) [nurbaiti@uinsu.ac.id](mailto:nurbaiti@uinsu.ac.id)

### Abstract

*This research uses qualitative method with descriptive research type. In the presentation, the research erprovides an overview of the business model, then evaluates using a SWOT analysis on each element, and creates a new one at PT Gojek. Respondents from this study were students who used Gojek's online transportation services. This study uses descriptive data analysis techniques. There sults show that basedon internal strengths and weaknesses,external opportunities and threats,foursets of strategic alternatives may be taken by company managers in facing increasingly competitive conditions.*

**Keywords:** Development Strategy, Canvas Model Approach, SWOT

### Abstrak

Dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif yaitu dengan jenis penelitian deskriptif. Dalam penyajiannya peneliti memberikan gambaran model bisnis, kemudian mengevaluasi menggunakan analisis SWOT pada setiap elemen, dan membuat yang baru pada PT Gojek. Penelitian ini menggunakan responden yang merupakan mahasiswa pengguna jasa transportasi online Gojek. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data deskriptif. Dan hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa berdasarkan kekuatan dan kelemahan internal, peluang dan ancaman eksternal,empat set alternative strategis yang mungkin diambil oleh manajer perusahaan dalam menghadapi semakin kompetitif.

**KataKunci:** Strategi Pengembangan, Pendekatan Model Canvas, SWOT

## PENDAHULUAN

Perkembangan dan pemanfaatan teknologi sekarang ini sudah menyentuh di segala bidang termasuk dalam hal bisnis jasa yang terus-menerus semakin beragam dalam rangka memenuhi kebutuhan hidup masyarakat. Salah satu bisnis jasa yang sedang berkembang sekarang ini yaitu bisnis jasa transportasi roda dua atau sering disebut dengan nama ojek. Salah satu perusahaan transportasi ojek ini adalah Gojek, Gojek merupakan perusahaan penyedia jasa transportasi ojek online yang semakin meningkatkan kualitas layanannya dan dengan harga yang ditawarkan juga cukup bersaing dengan penyedia jasa transportasi lain.

PT Gojek Indonesia didirikan pada tahun 2011 oleh CEO dan Managing Director Nadiem Makarim bersama rekannya Michael Angelo Maron. Gojek merupakan perusahaan yang bergerak dibidang layanan transportasi online ojek, merupakan perusahaan perantara antara driver ojek dengan pengguna yang menggunakan teknologi modern. Salah satu cara yang dapat dilakukan oleh perusahaan dalam menghadapi persaingan adalah dengan menentukan strategi yang sesuai adalah dengan menggunakan analisis lingkungan. Analisis lingkungan tersebut adalah suatu proses sistematis yang digunakan oleh perencana strategi sebagai pemantau kondisi lingkungan yang berpengaruh bagi perusahaan (Kusuma,2011).

Penelitian yang dilakukan oleh Kusuma(2011), menunjukkan fakta bahwa dengan melihat kinerja perusahaan terhadap faktor-faktor strateginya, perusahaan dapat mengetahui posisi eksternal dan internalnya. Atas dasar posisi internal dan eksternal tersebut, serta memperhatikan konsep-konsep strategi, maka dengan teknik dan analisis tertentu, perusahaan dapat merumuskan strategi-strategi yang diperlukan dalam menghadapi berbagai macam permasalahan dalam kegiatan bisnisnya. Dengan demikian untuk dapat memahami kondisi internal maupun eksternal, perusahaan dapat menggunakan pendekatan *BMC* dan *SWOT*.

## TINJAUAN TEORETIS

### Pengembangan Bisnis

Business development (pengembangan bisnis) dapat didefinisikan sebagai sebuah disiplin yang diperlukan untuk mencapai pertumbuhan (growth) melalui akuisisi profit dari konsumen baru atau konsumen yang sudah ada sebelumnya.

### Strategi Pengembangan Bisnis

Memilih lokasi yang tepat, memanfaatkan media sosial, lakukan inovasi secara berkala, kenali kompetitor bisnis, menggunakan dana pinjaman untuk usaha, rencanakan keuangan dengan rencana yang baik.

Strategi dalam Pengembangan bisnis juga dapat dilakukan dengan rencana bisnis, yaitu rencana kerja yang dibuat dengan tujuan membangun bisnis baru ataupun untuk

mengembangkan bisnis yang sedang dijalankan. Rencana ini biasanya digunakan untuk mencari calon investor yang nantinya dapat menyampaikan visi mereka kepada calon investor.

### **Solusi it dalam Pengembangan Bisnis**

Undang-Undang RI. No.11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik dengan mempertimbangkan bahwa pemanfaatan teknologi informasi berperan penting dalam perdagangan dan pertumbuhan perekonomian nasional untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakat. Kemudian menurut Undang-Undang tersebut, teknologi informasi adalah suatu teknik untuk mengumpulkan, menyiapkan, menyimpan, memproses, mengumumkan, menganalisis, dan menyebarkan informasi.

Kesuksesan dalam pengembangan sistem informasi sangatlah bergantung pada kesesuaian harapan antara system analyst, pemakai (user), sponsor dan kostumer. Bodnard dan Hopwood mengemukakan berpendapanya bahwa perubahan dari sistem manual ke sistem komputerisasi tidak hanya berkaitan dengan perubahan teknologi saja, tetapi juga pada perubahan perilaku dan organisasional.

Berdasarkan penelitian dari para peneliti dan praktisi diperoleh hasil bahwa teknologi informasi yang dimiliki oleh perusahaan merupakan nilai potensial yang dapat digunakan sebagai salah satu keunggulan untuk bersaing dengan perusahaan bersangkutan. Infrastruktur teknologi informasi merupakan alat kompetitif bagi perusahaan yang merupakan masalah krusial dalam perkembangan keunggulan kompetitif dalam jangka panjang sebuah perusahaan. Dengan demikian karakteristik unik dari infrastruktur teknologi informasi menentukan nilai infrastruktur sebuah organisasi. Salah satu karakteristik infrastruktur teknologi informasi adalah fleksibel dan responsive

Teknologi informasi dalam sebuah organisasi terdiri dari perangkat keras, perangkat lunak, perangkat telekomunikasi, manajemen basis data, dan teknologi lain yang digunakan untuk menyimpan data dan membuat data tersedia dalam bentuk informasi kepada pembuat keputusan. Teknologi informasi modern dilandasi pada pemahaman bahwa sebagian besar aktivitas dalam sebuah organisasi melibatkan kelompok manusia dan karyawan organisasi, atau pemasok dan pelanggan. Agar kelompok tersebut dapat bekerja sama, sepakat dalam memecahkan masalah dan dapat memenuhi kebutuhan satu sama lain, mereka harus dapat berbagi informasi. Jadi, banyak perusahaan atau organisasi menggunakan teknologi informasi menawarkan kemampuan kepada orang-orang untuk memanfaatkan Komputer mereka dalam rangka menyebarkan informasi.

### **METODE PENELITIAN**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah metode penelitian deskriptif kualitatif, yang dalam penyajiannya peneliti memberikan gambaran model bisnis, kemudian mengevaluasi menggunakan analisis SWOT. Dimana data yang dipakai

dalam penelitian ini ialah data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari responden dengan cara observasi, wawancara sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. Data sekunder adalah data yang dikerjakan oleh perusahaan itu sendiri, disini penulis mendapatkan data dari PT Gojek Indonesia periode tahun 2016.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **1. Business Model Canvas (BMC)**

Strategi pengelolaan bisnis dengan melibatkan desain dan gambar. Kemudian, desain dan gambar tersebut dikerucutkan menjadi beberapa aspek bisnis agar menjadi suatu strategi bisnis utuh yang mudah untuk dipahami. Metode ini sangat sederhana jika dibandingkan bisnis plan pada umumnya.

#### **Customer Segments**

1. Pekerja kantoran diberbagai kota besar
2. Pengusaha dari mikro hingga makro
3. Pelajar dan mahasiswa

#### **Value Proportions**

1. Jumlah driver dan mitra paling besar di Indonesia
2. Multi-layanan(1 aplikasi untuk segala kebutuhan)
3. Mudah digunakan bahkan untuk pemula
4. Pembayaran non-tunai dengan GoPay
5. Harga yang fair dan kompetitif

#### **Channels**

1. Jaringan Langsung  
Gojek Super App, Sosial media dan komunitas serta iklan dan testimoni
2. Jaringan Tidak Langsung (Internal)  
Driver dan Mitra
3. Jaringan Tidak Langsung (Eksternal)  
Pemerintah Pusat dan Daerah, Dinas Perhubungan dan Akademik (Perguruan Tinggi)

#### **Customer Relationships**

Gojek Super App, Sosial media, Email news letter, Komunitas offline, Diskon & promo, Referral.

#### **Revenue Streams**

Pengguna layanan Gojek Super App dan pengisian ulang (top up) saldo GoPay.

### **Key Resources**

1. Gojek Super App
2. Mitra dan driver
3. Big data (infrastruktur server)
4. Peta Google (Google Maps)

### **Key Activities**

- Layanan ojekonline
- Layanan taksi online
- Layanan pesan makan
- Layanan kirim barang
- Layanan pembayaran

### **Key Partner ships**

1. Driver ojek dan taksi online
2. Pemilik restoran dan rumah makan
3. Penyedia jasa asuransi kesehatan
4. Pihak perbankan untuk layanan top up GoPay

### **Cost Structures**

1. Sistem gaji dan bonus untuk driver dan mitra
2. Sewa server dan pengelolaan big data
3. Gaji untuk pegawai kantor pusat
4. Sewa sistem API Google Maps

## **2. SWOT**

### **Strengths**

1. Ojek online pertama di Indonesia dengan nama yang familiar dan mudah diingat
2. Selain platform ojek, juga sebagai taksi online, pesan makanan, kirim barang, hingga pembayaran digital
3. Pemesanan order cukup mudah dilakukan dengan meng-install aplikasi Gojek di HP Android atau iPhone
4. Bisa menggabungkan pembayaran uang tunai dan Go-Pay
5. Sudah lebih dari 2 juta driver yang tersebar di 50 kota (2020)
6. Driver dan mitra sudah mendapatkan santunan apabila terjadi kecelakaan
7. Driver mendapatkan bonus yang rutin diberikan apabila rajin mendapat orderan
8. Harga bersaing, cukup terjangkau oleh seluruh lapisan masyarakat Indonesia

### **Weakness**

1. Harga yang ditawarkan sedikit lebih tinggi dari ojek konvensional dan layanan serupa lainnya
2. Aplikasi sering terjadi error, apalagi pada jam-jam sibuk (berangkat dan pulang kantor, jam istirahat makan siang)
3. Masih ada banyak celah keamanan pada aplikasi yang masih bisa dijahili
4. Driver yang melakukan kecurangan order (driver manner)
5. Driver yang menolak orderrating-nya bias turun, namun penilaiannya kurang transparan
6. Kurang adanya standar khusus untuk regulasi transportasi umum terutama ojek

### **Opportunities**

1. Segmen pasar kian hari kian bertumbuh pesat, terutama untuk sektor transportasi dan logistik
2. Pertumbuhan ekonomi Indonesia makin bagus, Pemerintah fokus pada infrastruktur, dan segmen pasar baru akan tercipta
3. Masih banyak wilayah yang belum dijangkau oleh Gojek
4. Masyarakat kian membutuhkan jasa transportasi yang bisa mengatasi kemacetan
5. Perubahan perilaku konsumen saat melakukan order secara onli

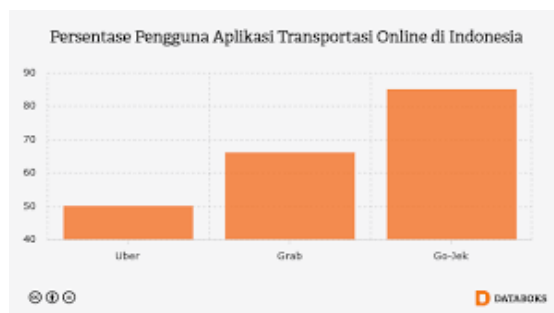
### **Threats**

1. Kompetisi makin ketat oleh perusahaan global, fintech, disrupsi inovasi
2. Harga yang rendah dari kompetitor
3. Kampanye dan promo besar-besaran dari kompetitor
4. Regulasi dari Pemerintah Pusat dan Daerah

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 menentang layanan transportasi online, justru sekarang malah mengubah sikap. Yang akhirnya melirik layanan transportasi online sebagai sebuah kesempatan, dan menjalin kerjasama dengan mereka. Hal ini ditunjukkan dengan kerja sama yang dilakukan antara Blue Bird dengan GO-JEK. Sehingga dapat lebih memudahkan kita dalam memesan armada taksi Blue Bird lewat aplikasi GO-JEK.

Gambar1

Data Pengguna Aplikasi Transportasi Online



Selain dari tiga perusahaan start up tersebut ada juga perusahaan lokal yang sejenis seperti yang telah diuraikan sebelumnya yaitu Blue-Jek, Lady-Jek, Top-Jek, Ojek Syar-I, Namun, banyak diantara merek-merek tersebut yang tidak beroperasi lagi dikarenakan persaingan dan permodalan yang banyak.

Tabel 2

## Perbandingan Tarif Layanan Ojek Online

Penyedia Transportasi Online	Tarif Layanan
<b>Go-Jek</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Rushhour</b> (16:00-19:00 WIB) IDR4.000 untuk jarak 1-2 km pertama, selanjutnya IDR2.000/km</li> <li>- <b>di luar Rush Hour</b> IDR4.000 untuk jarak 1-2,7 km pertama selanjutnya IDR1.500/km</li> <li>- <b>Di luar Jabodetabek:</b> jarak 1-4 km IDR8.000, lebih dari &gt;4km IDR2.000/km</li> </ul>
<b>Grab</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Jarak 0-12Km pertama</b> IDR1.500/Km</li> <li>- <b>Jarak 12km selanjutnya</b> IDR2.500/km</li> </ul>
<b>Uber</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>jarak:</b> IDR1.000 /km</li> <li>- <b>waktu:</b> IDR100/menit</li> </ul>
<b>LadyJek</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>6km pertama</b> IDR25.000</li> <li>- <b>Selanjutnya</b> IDR4.000/Km</li> </ul>
<b>Ojek Syari</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Layanan ojek:</b> 5km pertama IDR20.000, selanjutnya IDR3.000,-/km</li> <li>- <b>Layanan kurir</b> Rp.15.000 untuk 5km pertama, selanjutnya IDR3.000/km</li> </ul>
<b>Wheel Line</b>	Mulai IDR30.000 hingga IDR120.000
<b>TransJek</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Km pertama:</b> IDR4.000</li> <li>- <b>Selanjutnya</b> IDR3.000/km</li> </ul>
<b>Bangjek</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Kilometer pertama</b> IDR4.000</li> <li>- <b>Selanjutnya</b> IDR3,4/meter</li> </ul>



## KESIMPULAN DAN SARAN

Perkembangan dibidang industri transportasi sudah mengalami perkembangan yang sangat pesat. Terjadinya peningkatan jumlah kendaraan bermotor yang tentunya seimbang dengan peningkatan kemacetan di Indonesia terutama dikota-kota besar. Sehingga untuk dapat menunjang mobilitas masyarakat yang tinggi, sangat dibutuhkannya moda transportasi yang efektif agar dapat terhindar dan mengurangi kemacetan.

Selanjutnya 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 yang berlomba untuk membentuk perusahaan transportasi berbasis aplikasi online. Selain itu, gojek juga memiliki kelemahan seperti, adanya pengemudi gojek yang “NAKAL”, aplikasinya yang terkadang masih sering error (terutama dijam-jam sibuk/rush hour), pengamanan sistem operasi android merupakan sistem yang amat mudah dimodifikasi dan memiliki banyak celah keamanan, penolakan pengemudi terhadap sistem penilaian performa yang ditetapkan manajemen yang tidak transparan

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.

Dari pembahasan materi diatas semoga memperjelas dan menambah pengetahuan mengenai Pengembangan Bisnis/ Strategi dan solusi IT, dan kami sadar bahwasannya masih banyak kekurangan dalam penyampaian materi dan bahkan mungkin menimbulkan pemahaman yang berbeda. Kami mohon maaf yang sebesar-besarnya atas kekeliruan tersebut, dan kami mohon saran serta kritikkannya yang nantinya dapat memperbaiki penulisan Jurnal untuk kedepannya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amajida, F. D. (2016). Kreativitas Digital Dalam Masyarakat Risiko Perkotaan: Studi Tentang OjekOnline“Go-Jek”DiJakarta. *Informasi*,46(1),115–128.
- Dinar. 2006. *Kepercayaan terhadap Teknologi Sistem Informasi Baru dalam Evaluasi Kinerja Individual, Studi Kasus Universitas Islam Indonesia*. Skripsi, FE UII.
- <https://dailysocial.id/post/pengembangan-bisnis-untuk-startup-bagian-1> (Diakses Tanggal 31 Mei 2018)
- <https://www.akseleran.co.id/blog/strategi-mengembangkan-bisnis/> (Diakses Tanggal 4 Juli 2019)

<https://www.blj.co.id/2013/06/24/the-importance-of-planning-in-developing-our-business/>  
(Diakses Tanggal 24 Juni 2013)

Imam Ghozali, 2002, *Aplikasi Analisis Penelitian Bisnis Untuk Manajemen dan Akutansi*, Edisi Pertama, Yogyakarta, BPFE.

Jumaili, Salman. 2005. *Kepercayaan terhadap Teknologi Sistem Informasi Baru dalam Evaluasi Kinerja Individual*. SNA VIII, September.

Jurnal.Jakarta:Vol.IX.WidyaCipta.ProgramStudiManajemenAdministrasi.<https://pluginongkoskirim.com/strategi-marketing-gojek/> (Diakses Tanggal 10 November 2021)

KartikaYuliantari.(2017).SWOTdalamMenentukanStrategiPemasaranpadaPTGojekIndonesia.

Kusuma,Afrieta.2011.AnalisisSWOTuntukMenetapkanFormulasidanImplementasiStrategiPerusahaan (Studi Kasus di PT. Bank Jatim Cabang Malang). Skripsi. Malang: Program Studi Sarjana Akuntansi Universitas Brawijaya.

Undang-Undang RI. No.11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik

