

KONTRIBUSI OJEK ONLINE DALAM MENINGKATKAN OMZET UMKM DAN PERTUMBUHAN EKONOMI DIGITAL INDONESIA

Muhammad Nur Fadillah^{1*}, Tri Erie Wardhani², Mohamad Adila Rossa³, Eliza⁴,
Danang Djoko Susilo⁵, Iswandir ZA⁶

¹Universitas Muhammadiyah Banten, Tangerang, Indonesia;

muhammadnurfadillah@umbanten.ac.id

²Universitas Kalbis, Jakarta, Indonesia; tri.wardhani@kalbis.ac.id

³Universitas Muhammadiyah Jakarta, Indonesia; m.adilla_rossa@umj.ac.id

^{4,5}Sekolah Tinggi Perpajakan Indonesia, Jakarta, Indonesia; eliza@stpi-pajak.ac.id,

danang@stpi-pajak.ac.id

⁶Universitas Dirgantara Marsekal Suryadarma, Jakarta, Indonesia; iswandir11@gmail.com

Abstrak

Ojek online merupakan angkutan umum yang sama dengan ojek pada umumnya, yang menggunakan sepeda motor atau mobil sebagai sarana pengangkutan namun ojek online dapat dikatakan lebih maju karena telah terintegrasi dengan kemajuan teknologi. Ojek Online sebagai salah satu alternatif moda transportasi telah terbukti membantu peningkatan penjualan bagi para pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia. Peningkatan Penjualan UMKM dapat meningkatkan pendapatan dan Pertumbuhan Ekonomi Digital di Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan riset kepustakaan (library research).

Kata Kunci: ojek online; omzet umkm; pertumbuhan ekonomi digital

Abstract

Online motorcycle taxis are public transportation that is the same as motorcycle taxis in general, which use motorbikes or cars as a means of transportation, but online motorcycle taxis can be said to be more advanced because they have been integrated with technological advances. Ojek Online as an alternative mode of transportation has been proven to help increase sales for Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Indonesia. Increasing MSME Sales can increase revenue and Digital Economic Growth in Indonesia. This study uses qualitative research methods with library research (library research).

Keywords: online ojek; msme turnover; digital economic growth

PENDAHULUAN

Masyarakat tentu mengenal Grab dan Gojek sebagai layanan transportasi ojek online terbesar di Indonesia. Memang pengguna ojek memudahkan aktivitas sehari-hari. Tanpa disadari kehadiran ojek online dapat memberikan banyak manfaat bagi masyarakat. Mulai dari menghemat waktu perjalanan, membuat ongkos lebih irit, hingga mengurangi

perjalanan terasa lebih praktis. Secara tak langsung, menggunakan ojek online bisa membuat seseorang lebih bahagia.

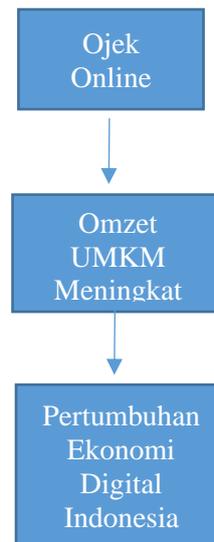
Studi terbaru yang dilakukan oleh pusat penelitian ekonomi Institute for Development of Economics and Finance (Indef) menemukan Gojek menjadi aplikasi yang paling banyak digunakan layanan transportasi dan logistik masyarakat Indonesia. Studi tersebut mensurvei

pengguna berbagai aplikasi dan menemukan sebesar 82% konsumen transportasi online menggunakan Gojek, diikuti oleh Grab sebesar 53%, serta merek lain seperti Maxim dan InDriver masing-masing sebesar 19,6% dan 4,9% (republika, 2023).

Industri transportasi dan logistik online cukup tangguh, bahkan di tengah ketidakpastian ekonomi dan ketika pembatasan mobilitas mencapai puncaknya selama pandemi. Indef melihat lebih dalam kedua sektor tersebut mengingat keduanya telah mendukung pertumbuhan ekonomi digital Indonesia. Tren serupa juga terjadi logistik online. Mayoritas UMKM dan penjual kebanyakan menggunakan Gojek (melalui layanan logistiknya GoSend) dengan porsi 64%, diikuti oleh Grab (42%), ShopeeXpress (28%), Lalamove (18,7%), AnterAja (10,9%), NinjaXpress (7,8%), dan Deliveree (5,4%).

Keunggulan layanan dari transportasi online yang tidak hanya menawarkan ojek online yang memanjakan konsumen dengan harga terjangkau, akan tetapi juga membuat waktu lebih efisien dan lebih cepat sampai ketujuan dibandingkan dengan transportasi tradisional, transportasi online juga menawarkan layanan antar makanan dan minuman serta layanan antar barang. Keunggulan-keunggulan yang dimiliki transportasi online membuka peluang bagi para UMKM dalam memuaskan konsumen dalam pelayanan driverorder serta meningkatkan penjualan dan pendapatan para pengusaha UMKM di Indonesia.

KERANGKA TEORI



Gambar 1. Kerangka Teori

TINJUAN PUSTAKA

Ojek Online di Indonesia

Ojek online merupakan angkutan umum yang sama dengan ojek pada umumnya, yang menggunakan sepeda motor sebagai sarana pengangkutan namun ojek online dapat dikatakan lebih maju karena telah terintegrasi dengan kemajuan teknologi. Ojek online merupakan ojek sepeda motor yang menggunakan teknologi dengan memanfaatkan aplikasi pada smartphone yang memudahkan pengguna jasa untuk memanggil pengemudi ojek tidak hanya dalam hal sebagai sarana pengangkutan orang dan/atau barang namun juga dapat dimanfaatkan untuk membeli barang bahkan memesan makanan sehingga dalam masyarakat global terutama di kota-kota besar dengan kegiatan yang sangat padat dan tidak dapat dipungkiri masalah kemacetan selalu menjadi polemik, ojek online ini hadir untuk memudahkan masyarakat dalam melakukan

kegiatan sehari-hari dengan mengedepankan teknologi yang semakin maju, (suduthukum.com, 2023).

Sampai dengan tahun 2022 ini, Gojek dan Grab masih merajai persaingan transportasi online di Indonesia. Namun perlu diketahui, sudah bermunculan beberapa pemain baru yang akan menjadi pesaing berat Gojek dan Grab. Berikut ini beberapa transportasi online tersebut (kipmi, 2022):

1. Maxim

Maxim kini menjadi calon pesaing terberat bagi Gojek dan Grab. Aplikasinya telah diunduh 10 juta pengguna hingga saat ini. Rating di Google Play saat ini adalah 4,8 yang menunjukkan banyak pengguna merasa puas dengan layanan Maxim. Maxim pertama kali beroperasi di Indonesia pada tahun 2018. Sekarang, layanan Maxim sudah tersebar di Jakarta, Yogyakarta, Pekanbaru, Solo, Balikpapan, Bandar Lampung, Denpasar, Pontianak, Banjarmasin, Jambi, Singkawang, Samarinda, Bengkulu, Padang, Banda Aceh, dan Palembang.

2. Okejek

Layanan transportasi online Okejek di bawah perusahaan PT Okejek Kreasi Indonesia telah beroperasi sejak tahun 2015. Hingga saat ini, Okejek telah diunduh oleh kurang-lebih 500rb pengguna dan memiliki rating 4,1 di Google Play. Bukan rating yang sangat bagus, namun juga tidak terlalu buruk. Para pengguna yang merasakan kepuasan dari layanan Okejek, menyatakan bahwa Okejek unggul dalam masalah tarif. Memang Okejek menawarkan

tarif yang super murah. Pengguna akan dikenakan tarif Rp6.500,- saja per 3 km.

3. Anterin Driver

PT. Anterin Digital Nusantara yang menggawangi Anterin Driver, menawarkan terobosan baru. Anterin Driver memberikan kebebasan kepada driver untuk memasang harga yang sepadan menurut mereka. Tarif dasar Anterin per km untuk wilayah pulau Sumatera dan Jawa (selain Jabodetabek) sebesar Rp1.850,- per km sebagai tarif terendah. Sedangkan untuk biaya perjalanan paling mahal senilai Rp2.300,- per km. Saat ini aplikasi Anterin telah di unduh oleh 500rb pengguna dengan rating sebesar 3,0. Mayoritas keluhan datang dari para driver yang mengeluhkan sedikitnya pesanan, karena masih rendahnya popularitas Anterin di beberapa kota.

4. InDriver

InDriver menawarkan proses pendaftaran cepat bagi para driver juga kesederhanaan aplikasi bagi para pengguna. Dari sisi bisnis, InDriver menetapkan potongan sekitar 10% saja bagi para driver. Sehingga, 90% dana dari setiap perjalanan, menjadi milik driver. Saat ini, InDriver telah diunduh oleh 100rb pengguna di Indonesia, dengan rating yang cukup baik, yaitu 4,6. Nampaknya transportasi online yang didirikan oleh perusahaan Rusia ini akan menjadi pemain yang menjanjikan dalam di bisnis ini.

5. Draiv

Draiv merupakan sebuah aplikasi ojek online yang dibuat Saipul Usman, seorang pemuda 30 tahun asal Sulawesi Tengah. Awal terbentuknya aplikasi ini semata-mata hanya karena hobi Saipul di pemrograman, dan motivasinya untuk membantu sesama. Saat ini Draiv hanya mencakup kota-kota di Sulawesi Tengah, Sulawesi Barat dan Sulawesi Tenggara. Namun bukan mustahil, layanan Draiv bisa berkembang ke seluruh kota di Indonesia. Aplikasi Draiv sendiri telah diunduh oleh lebih dari 100rb pengguna, dengan rating sebesar 4,5.

Peningkatan Omzet UMKM

Riset terbaru mengungkap 93% mitra UMKM Go-Food mengalami peningkatan volume transaksi dan 55% mitra mendapatkan peningkatan klasifikasi omzet. Pertumbuhan kontribusi mitra UMKM ini antara lain disebabkan oleh optimalisasi fitur teknologi Gojek yang digunakan oleh mitra UMKM Go-Food, Riset itu mengungkap 72% mitra UMKM memiliki omzet Rp300 juta/tahun dan 75% di antaranya menerapkan pembayaran non-tunai setelah menjadi mitra Go-Food (CNN Indonesia, 2019).

Persaingan layanan pesan-antar (delivery) makanan minuman (mamin) lewat ojek online, seperti Gojek dan Grab kian sengit. Di tengah persaingan keduanya, justru membawa berkah bagi merchant yang merupakan pelaku UMKM. Omzet mereka rata-rata bisa naik lima kali lipat hanya lewat pemesanan ojek online.

Saat ini, Gojek masih menjadi leader lewat layanan Go-Foodnya. Namun Grab pantang menyerah. Meski telat, Grab juga membuat layanan serupa yang dinamakan GrabFood. Sepanjang 2018, Go-Food telah mengirim sebanyak 500 juta makanan dan minuman di seluruh Indonesia, dengan total transaksi (gross transaction value/GTV) mencapai 2 miliar dolar Amerika Serikat (Rp 27,95 triliun). Sementara pesaingnya, GrabFood, baru mampu mengirim 13 juta ayam geprek dan 1,5 juta minuman bubble tea di seluruh Indonesia.

Selanjutnya dari jumlah merchant yang dirangkul, Go-Food telah menjaring lebih dari 800 ribu UMKM, sementara GrabFood, justru baru menggaet merchant atau wirausaha mikro sebanyak 8,5 juta di 2018. Untuk kenaikan jumlah omzet, jangan ditanya. Para pelaku UMKM yang tergabung dalam GoFood mengaku omzet mereka naik hingga 60%.

Tak mau kalah, GrabFood juga mengklaim, UMKM yang berada di naungannya justru lebih besar lagi, dengan mencatat kenaikan omzet hingga 88%. Bisnis.com (2020) menyatakan bahwa mitra Gojek telah menolong jutaan orang saat pandemi Covid-19 melanda Tanah Air. Gojek bersama-sama dengan para mitra pengemudi dan mitra usaha telah membantu dan memudahkan kehidupan jutaan masyarakat.

Pertumbuhan Ekonomi Digital Indonesia

Nilai transaksi sektor transportasi online atau Ojek Online (Ojol) di Indonesia pada 2024 mengalami pertumbuhan menjadi

US\$9 miliar atau sekitar Rp141,9 triliun (Bisnis.com, 2024). Lembaga Demografi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia (LD FEB UI) merilis hasil riset terbaru yang menyebutkan masyarakat Indonesia atau lebih dari 80% konsumen konsisten menggunakan aplikasi Gojek. Hal ini pun membuat ekosistem Gojek terus menunjukkan kontribusi positif pada perekonomian nasional setiap tahunnya. Ekosistem Gojek memiliki solusi teknologi dan non-teknologi yang membantu mitra driver dan UMKM lebih tangguh dan lebih cepat memulihkan ekonominya melalui peningkatan pendapatan pada 2021, dibandingkan 2020.

Liputan 6, com (2019) merilis bahwa Peran penting transportasi online, baik kendaraan roda dua dan empat serta pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) menjadi pilar dari kontribusi Gojek dan Grab kepada ekonomi nasional. Pada Gojek, layanan yang berkontribusi adalah GoRide, GoCar, dan GoFood. Sementara Grab ada GrabBike, GrabCar, dan GrabFood. Total kontribusi keduanya pada orang pribadi (pekerja) dan UMKM adalah sekitar Rp 127 triliun pada 2019.

Tabel 1. Kontribusi Ekonomi tiga Layanan

Tabel Kontribusi Ekonomi Tiga Layanan Utama Gojek dan Grab pada 2019 (dalam triliun Rupiah)		
	GOJEK	GRAB
UMKM Makanan	34,1	37,3
Transportasi roda dua	11,1	26,2
Transportasi roda empat	7,7	10,8
Total	52,9	74,3

Sumber: Lembaga Demografi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia (2020); Tenggara Strategics dan CSIS (2020).

Berdasarkan tabel 1 (satu), dalam lingkup layanan transportasi orang, baik roda dua dan roda empat, jumlah kontribusi Grab pada 2019 yang mencapai Rp 37 triliun lebih tinggi dari Gojek yang berada di angka Rp 18,8 triliun.

Kecepatan pemulihan ekonomi melalui peningkatan pendapatan mitra driver dan UMKM yang berada di ekosistem Gojek. Selain itu, serta loyalitas konsumen berdampak positif pada pemulihan ekonomi Indonesia pada masa pandemi.

Peningkatan tersebut membuat kontribusi ekosistem Gojek dan GoTo Financial pada perekonomian nasional diperkirakan naik 60% dibandingkan tahun sebelumnya menjadi Rp 249 triliun atau 1,6% dari PDB Indonesia di tahun 2021.

Angka ini dihitung berdasarkan total pendapatan yang berasal dari sumbangan langsung dari mitra GoRide dan GoCar di sektor transportasi darat, dan total pendapatan dari platform Gojek atau sumbangan tidak langsung dari mitra UMKM GoFood. Kemudian social seller, dan mitra UMKM GoTo financial serta dampak ekonomi ikutan (multiplier) yang dihitung dari total output untuk sektor perhubungan darat dan sektor penyediaan jasa dan minuman berdasar tabel input output (CNBC Indonesia, 2021).

Sebuah riset yang dilakukan oleh Center for Strategic and International Studies (CSIS) dan Tenggara Strategics di bulan Januari 2020 menemukan bahwa gig economy yang didukung oleh Grab telah memberi dampak bagi ketahanan ekonomi Indonesia. Mitra Grab dari 12 kota yang disurvei menyatakan bahwa

Grab tidak hanya menawarkan peluang ekonomi yang lebih baik bagi pekerja informal (yang merupakan 56,5% dari total tenaga kerja Indonesia), tetapi juga meningkatkan pertumbuhan bisnis kecil dan menciptakan lapangan pekerjaan di luar platform Grab (grab.com, 2020).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan riset kepustakaan (library research).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berkat kolaborasi dengan Grab, Kemenkop UKM Republik Indonesia berhasil membantu banyak UMKM beradaptasi dengan era digital, terutama pada masa pandemi. Saat itu menjadi momentum yang krusial bagi Kemenkop UKM Republik Indonesia dalam mengakselerasi UMKM untuk go digital, mengingat kala itu banyak pelaku UMKM yang masih asing dengan platform online (Kompas.com, 2024).

Laporan bertajuk e-Conomy Southeast Asia 2022 menunjukkan, transaksi ojek online dan food delivery di Indonesia sebesar US\$7 miliar tahun lalu. “Nilainya diprediksi meningkat 19% menjadi US\$ 8 miliar tahun ini,” demikian dikutip dari laporan tersebut. Pada 2019, transaksi ojek online dan food delivery di Indonesia hanya sebesar US\$6 miliar. Nilai itu naik 9% hingga pencapaian 2021. Adapun nilai transaksi transportasi online di Indonesia diproyeksikan bakal naik 22% dari 2022 menjadi US\$15 miliar pada 2025.

Perlu diketahui, nilai ekonomi digital Indonesia diperkirakan naik 22% secara tahunan (year on year/yoy) US\$77 miliar pada tahun ini. E-commerce menjadi sektor pendorong utama, disusul oleh transportasi online, media online, dan travel online (katadata.co.id, 2022). GoTo Group lewat salah satu programnya, Gerakan Online Usaha Kecil Menengah Mandiri Pintar & Andal (GoNusantara), telah mentransformasi lebih dari 4.000 pelaku UMKM yang merupakan mitra Kementerian UMKM.

Sepanjang 2024, sebanyak 39 kelas pelatihan telah dilaksanakan secara daring dan luring di 28 kota, menjadikan GoNusantara sebagai program pelatihan UMKM inklusif yang mampu menjangkau pelaku UMKM di berbagai wilayah Indonesia.

Program ini dirancang untuk membangun UMKM sebagai bisnis formal, bersertifikasi, dan mampu memanfaatkan ekosistem GoTo untuk memperluas pasar sekaligus meningkatkan omzet (Antaraneews.com, 2024). Grab dan OVO menyediakan modal untuk UMKM, serta beasiswa dan voucher sembako untuk mitra pengemudi taksi dan ojek online alias ojol. Ini merupakan bagian dari program Apresiasi Dana Abadi total US\$ 1 juta atau Rp 16 miliar. Dana tersebut disalurkan oleh BenihBaik.com hingga akhir tahun ini, dalam bentuk: Beasiswa GrabScholar bagi 1.158 anak untuk jenjang pendidikan SD, SMP, SMA/SMK, S1 Voucher sembako bagi 30.400 penerima Bantuan dana operasional dan modal pengembangan usaha bagi 1.900 pelaku UMKM. Dana renovasi

usaha bagi 130 UMKM terpilih masing-masing Rp 15 juta (Katadata.co.id, 2024). Antara (2024) menambahkan bahwa pemerintah diminta berhati-hati dalam membuat kebijakan terkait ojek online (ojol) sehingga industri tersebut dapat berkembang dan terus memberikan kontribusi positif.

Terlebih, ojol saat ini sangat membantu pemerintah dalam menyerap tenaga kerja dan menggerakkan perekonomian. Pemerintah perlu berterima kasih kepada industri ini karena turut memberikan kontribusi besar pada PDB (produk domestik bruto). Oleh karenanya, perlu ada regulasi khusus. Namun, harus diatur dengan hati-hati karena kita harus jaga industrinya tetap tumbuh.

KESIMPULAN

Ojek Online sebagai salah satu alternatif moda transportasi telah terbukti membantu peningkatan penjualan bagi para pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia. Peningkatan Penjualan UMKM dapat meningkatkan pendapatan dan Pertumbuhan Ekonomi Digital di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

Antara, 2024. *Kebijakan Untuk Ojol Oleh Pemerintah Harus Dirumuskan dengan Tepat*. Website: <https://www.antaraneews.com/berita/4387934/kebijakan-untuk-ojol-oleh-pemerintah-harus-dirumuskan-dengan-tepat>, diakses tanggal 01 Desember 2024

Antara, 2024. *Goto Bantu Lebih dari 4000 UMKM Naik Kelas dengan Formalisasi Bisnis*. Website:

<https://www.antaraneews.com/berita/4476249/goto-bantu-lebih-dari-4000-umkm-naik-kelas-dengan-formalisasi-bisnis>, diakses tanggal 01 Desember 2024

Bisnis, 2024. *Nilai Transaksi Ojek Online Ojol Tembus Rp.141,9 Triliun di 2024*. Website:

<https://ekonomi.bisnis.com/read/2024114/98/1815850/nilai-transaksi-ojek-online-ojol-tembus-rp1419-triliun-di-2024>, diakses tanggal 01 Desember 2024

Bisnis, 2020. *Menparekraf Apresiasi Kontribusi Positif Mitra Gojek Saat Pandemi Covid-19*. Website:

<https://ekonomi.bisnis.com/read/20201028/98/1310679/menparekraf-apresiasi-kontribusi-positif-mitra-gojek-saat-pandemi-covid-19>, diakses tanggal 19 Agustus 2023

CNBC Indonesia. 2021. *Riset Ekosistem Gojek Jadi Andalan Masyarakat Saat Pandemi*. Website:

<https://www.cnbcindonesia.com/tech/20211216134115-37-299794/riset-ekosistem-gojek-jadi-andalan-masyarakat-saat-pandemi>, diakses tanggal 19 Agustus 2023.

CNN Indonesia. 2019. *Omset Meningkatkan Mitra UMKM Kian Maknyus dengan Go Food*. Website:

<https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20190328145625-92-381476/omset-meningkat-mitra-umkm-kian-maknyus-dengan-go-food>, diakses tanggal 19 Agustus 2023.

Grab. 2020. *Grab Luncurkan Terususaha Bantu UMKM Berkembang Dalam Era New Normal*. Website:

<https://www.grab.com/id/press/social-impact-safety/grab-luncurkan-terususaha-bantu-umkm-berkembang-dalam-era-new-normal/>, diakses tanggal 19 Agustus 2023.

Katadata, 2024. *Grab dan Ovo Beri Modal, Beasiswa, Sembako untuk Driver Ojo Total Rp. 16 Miliar*. Website:

<https://katadata.co.id/digital/startup/66cd57833dcb7/grab-dan-ovo-berimodal-beasiswa-sem-bako-untuk-driver-ojol-total-rp-16-miliar>, diakses tanggal 01 Desember 2024

Sudut Hukum, 2017. *Ojek Online* Website: <https://suduthukum.com/2017/03/ojek-online.html>, diakses tanggal 19 Agustus 2023.

Komunitas Ilmuwan dan Profesional Muslim Indonesia, 2022. *Transportasi Online Paling Populer selain Gojek dan Grab*. Website: <https://kipmi.or.id/5-transportasi-online-paling-populer-selain-gojek-dan-grab.html>, diakses tanggal 19 Agustus 2023.

Kompas.com, 2024. *Dukung Digitalisasi UMKM Grab Dorong Terciptanya 23 Juta Kesempatan Kerja*. Website: <https://umkm.kompas.com/read/2024/09/11/163418783/dukung-digitalisasi-umkm-grab-dorong-terciptanya-23-juta-kesempatan-kerja>, diakses tanggal 01 Desember 2024

Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. 2023. *Gojek Beri Kontribusi Besar Bagi Ekonomi Indonesia*. Website: https://m.kominfo.go.id/content/detail/17788/menkominfo-go-jek-beri-kontribusi-besar-bagi-ekonomi-indonesia/0/berita_satker, diakses tanggal 19 Agustus 2023

Liputan 6, 2019. *Kontribusi Gojek dan Grab untuk UMKM Tembus Rp. 127 Triliun pada 2019*. Website: <https://www.liputan6.com/tekno/read/4347532/kontribusi-gojek-dan-grab-untuk-umkm-tembus-rp-127-triliun-pada-2019>, diakses tanggal 01 Desember 2024

Rakyat Merdeka. 2021. *Ojek Online Berebut Pasar UMKM Girang Omzet Naik 88 Persen*. Website: <https://rm.id/baca-berita/ekonomi-bisnis/3334/ojek-online-berebut-pasar-umkm-girang-omzet-naik-88-persen>, diakses tanggal 19 Agustus 2023.

Republika, 2023. *Survei Gojek Paling Banyak Digunakan Untuk Transportasi dan Logistik*. Website: <https://ekonomi.republika.co.id/berita/rv5a19457/survei-gojek-paling-banyak-digunakan-untuk-transportasi-dan-logistik>, diakses tanggal 19 Agustus 2023