

Sistem Intelijen Bisnis Pada Jasa Ojek Online

Achmad Fauzi¹, Fadhli Nursal², Agung Setiawan³, Ayu Diah Puspita⁴, Fany Lathifatul. S⁵, Sahira Salfaniz⁶, Willy Jovadi Wijaya⁷, Adam Surachman⁸

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya - Bekasi

email: achmad.fauzi@dsn.ubharajaya.ac.id¹, fadhli.nursal@dsn.ubharajaya.ac.id², agungsetiawan56@gmail.com³, pitaa334@gmail.com⁴, fany070404@gmail.com⁵, sahirasalfa22@gmail.com⁶, willyjovadi@gmail.com⁷, adamsurachman1@gmail.com⁸

Article History

Received: 25/05/2023

Revised: 24/07/2023

Accepted: 25/07/2023

Keywords: *Intelligence Business, Online Taxi System, Transportation Services, Decision Making.*

Abstract: *The most common type of ordinary transportation is ojek, which is a motor vehicle available for use by ordinary people with a certain amount of money paid as a deposit against the services provided. The steps taken in this study are the collection of information or theories collected from the literature in the Google Scholar online journal articles related to this article. The results of this study will be a source for distributing problems that often cause conflicts that compare the old transportation provision model and the new model (technology-based). From the results above, it can be seen that changes in business information affect the growth of customer satisfaction. This is reflected in the meaning of business intelligence which is greater than the level of meaning used. And because this is also reflected in the coefficient of business determination.*

PENDAHULUAN

Bisnis intelejen adalah sebuah alat analisis yang berisikan data atau informasi yang digunakan untuk mengubah informasi data menjadi lebih tepat. BI juga dapat memberikan informasi mengaplikasikan yang dibutuhkan untuk memperoleh keputusan yang baik. Selain itu, Bisnis Intelijen juga dapat menjelaskan suatu konsep untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan bisnis yang berbasiskan data dan dapat diubah menjadi informasi yang tepat berdasarkan analisis. Dalam ilmu bisnis pada perusahaan ojek online itu sendiri. Artinya, konsep big data diterapkan arena ojek selalu online.

Jenis angkutan biasa yang paling umum adalah ojek, yaitu; kendaraan bermotor yang tersedia untuk digunakan oleh orang biasa dengan sejumlah uang tertentu yang dibayarkan sebagai deposit terhadap layanan yang disediakan. Jika Anda disajikan dengan sejumlah besar informasi, ingatlah untuk membacanya dengan cepat dan menyeluruh. Big data sendiri merupakan kumpulan data mentah yang dapat dianalisis Komputer untuk mengidentifikasi pola dan tren, terutama yang berhubungan dengan interaksi manusia. Objek yang membangun bisnis intelijen di Lembaga transportasi contohnya aplikasi ojek online seperti Gojek, Grab, Maxim.

Sebagai ojek online, apresiasi masyarakat yang menilai bahwa ojek online lebih prasktis di banding ojek biasa, disamping itu kemunculan ojek online dapat membantu kesejahteraan perekonomian masyarakat karena dapat membuka lapangan pekerjaan yang lebih banyak. Ojek online menyediakan fasilitas kendaraan yang terdapat sepeda motor dan mobil, fasilitas tersebut mempermudah semua kalangan masyarakat untuk sampai ke tempat tujuan dan membayar dengan uang digital ataupun uang tunai yang sesuai dengan kesepakatan antar pengemudi dan penumpang.

METODOLOGI PENELITIAN

Artikel ini dibuat menggunakan metode kualitatif yang bertujuan untuk membuat gagasan yaitu dengan cara mengumpulkan data lebih dalam, untuk menunjukkan detailnya data yang telah di teliti. Langkah-langkah yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pengumpulan informasi atau teori yang dikumpulkan dari literatur dalam artikel jurnal online Google Scholar yang terkait dengan artikel ini. Berikut penelitian terdahulu yang menjadi acuan dalam penelitian ini

Tabel 1. Referensi Penelitian

Judul	Penerbit dan Tahun	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian
Tantangan Kualitas Pelayanan Publik pada Pemerintah Daerah	Robi Cahyadi Kurniawan, 2016	Keduanya sama sama punya masalah, akan tapi penyedia layanan berada di tempat yang lebih bermasalah dalam layanan publik.	Tidak terdapat perbedaan dalam menggunakan jasa online.
Pengaruh Prinsip Technology Acceptance Model (TAM) Terhadap Pelanggan Aplikasi Ojek Online	Moh Hadi Subowo, S.Kom.,M.T.I. 2020	Keduanya menyediakan sistem aplikasi dan layanan yang berkualitas.	Ojek online dapat di nilai objektif
Asas Proposionalitas Inesntif Pada Jasa Transportasi Ojek Online Grab Kota Metro Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah	E Murdiana H Kurniawan, 2021	Pesanan yang di putuskan setiap order berdasarkan tujuan yang di tetapkan perusahaan.	Keduanya tidak ada perbedaan dalam kasus ojek online.
Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan	Nafisa Choirul Marati, 2016	Masalah ini jadi pertimbangan masyarakat untuk	Tidak ada perbedaan,setiap ojek online miliki kegunaan yang sama.

Judul	Penerbit dan Tahun	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian
Pelanggan Jasa Transportasi Ojek Online (Studi Pada Konsumen Gojek Di Surabaya)		menjadikan ojek online layanan terbaik.	
guna Ojek Online Di Kalangan Mahasiswa Universitas SAM Ratulangi Manado	Riswanto Tumuwe Mahyudin Damis Titiek Muliati, 2018	Ojek online sudah menjadi transportasi terkini sudah mengalahkan ojek konvensional.	Memberi konsep yang terarah.
garuh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bisnis Jasa Transportasi Gojek	Adam, M. Manajemen Pemasaran Jasa, Bandung: Alfabeta, 2015	Ojek online mempunyai layanan yang amanah ,walaupun terkadang mengalami masalah.	Tidak perbedaan dalam layanan gojek online karena gojek memenuhi kebutuhan konsumen.
Sistem Informasi Manajemen Daya Saing Bisnis Elektronik Global dan Kolaborasi Teknologi Dengan E-Coomerce Pada Perusahaan Gojek	Febrianti Safitri, 2021	Sama-sama menyediakan layanan dan pengguna yang cepat dan aman.	Tidak ada perbedaan dalam menggunakan ojek online dalam melayani pelanggan.
Sistem Informasi E-Bussiness Pada Gojek Online Di Wilayah Pringsewu	Ina Priawala, 2020	Ojek online merupakan usaha angkutan umum yang mengutamakan kualitas jika dibandingkan dengan ojek pada umumnya ojek online lebih nyaman dan aman, karena dapat menghubungkan smartphone dan kemungkinan ojek online akan dapat di atasi.	Teknologi semakin canggih memberikan kemudahan bagi para pengguna.

Judul	Penerbit dan Tahun	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian
Perapan Sistem Informasi pada PT-GOJEK Indonesia	Maitsa Anggraini Haris, 2017	Gojek menerapkan strategi sistem informasi marketing tahapan yang di sebut customer lifecyle.	Bisa menambah pelanggan menggunakan tehnik cross sell and up sell yang bekerja sama dengan para mitra perusahaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Faktor yang Memengaruhi Keputusan Konsumen dalam Menggunakan Jasa Ojek Online

Sebagai seorang pembeli, kesuksesan yang tidak banyak di capai oleh perusahaan karena mengabaikan konsep konsumen. Konsumen pasar saluran distribusi merupakan ojek biaya yang memiliki beragam pada produknya, konsumen yang mengonsumsi aktivitas yang digerakkan oleh konsumen yaitu pengiriman penjualan dan dukungan promosi Untuk mengetahui biaya yang dikeluarkan dengan tingkatan berbeda-beda untuk melayani konsumen, perusahaan membuat informasi yang berguna dan meningkatkan profitabilitas.

Ada beberapa point yang membedakan dari transportasi konvensional dalam menggunakan transportasi yang berbasis online. Ojek online dapat diakses selama 24 jam kapan saja dan dimana saja yang dapat digunakan oleh masyarakat, hal tersebut memberikan kemudahan dan dapat meningkatkan mobilitas seseorang. Saat terjadi kemacetan atau masyarakat yang buru-buru solusi yang membantu adalah menggunakan transportasi ojek online. Dilihat dari konsumen masyarakat di kota-kota besar mempunyai kebutuhan yang harus dipenuhi dan juga memiliki alasan yang meningkatkan minat mereka untuk menggunakan layanan dari produsen.

2. Tujuan Penelitian Dalam Ojek Online

Penelitian ini dibuat mengetahui keuntungan yang diberikan aplikasi ojek online, untuk masyarakat. Hasil penelitian ini akan menjadi sumber untuk mendistribusikan permasalahan yang sering memunculkan konflik yang membandingkan model penyediaan transportasi lama dan model baru (berbasis teknologi). Tujuan penelitian ini untuk mengetahui keberadaan ojek online. Hasil penelitian ini menemukan bahwa (1) Pelanggan ojek online memiliki mobilitas yang tinggi karena mempermudah pekerjaan masyarakat. (2) Pengemudi ojek online membuat berbagai strategi dan inovasi seperti meningkatkan kelayanan, memberikan pesanan melalui pesan singkat serta menggunakan rute dengan menggunakan GPS. (3) Pengemudi ojek online mempunyai pangkalan dan beberapa grup via social media untuk memberi tahu keadaan jalanan.

3. Faktor yang Mempengaruhi Perkembangan Transportasi Online

Di tengah kondisi system transportasi yang belum memadai muncul lah transportasi online, seakan terjawab harapan masyarakat yang saat ini sedang membutuhkan jasa transportasi online atau ojek online. Suksesnya kemunculan transportasi online membuat perusahaan mempunyai banya saingan, ada beberapa masyarakat yang menganggap transportasi online buruk ,terlebih lagi para pengemudi transportasi non-online ,namun sebagian orang juga sangat bersyukur agi orang yang mengerti dan selalu mengandalkan teknologi. Bagi pengguna jasa transportasi online jelas memudahkan aktifitasnya sehari hari. Tidak heran jika masyarakat mulai berpindah menggunakan jasa online tersebut. Bagi pengemudi konvensional, adanya transportasi online mulai menurunkan pendapatan mereka, mulai dari angkot, angkutan becak dan sebagainya (Azizah dan Adawia, 2018). Adanya masalah social semenjak adanya transportasi online, hal tersebut karena pengemudi konvensional merasa sumber pendapatan mereka diambil alih oleh pengemudi transportasi online.

SIMPULAN

Dari hasil di atas terlihat bahwa perubahan informasi bisnis mempengaruhi pertumbuhan retensi pelanggan. Hal ini tercermin dari makna *business intelligence* yang lebih besar dari level makna yang digunakan. Dan karena hal ini juga tercermin dalam koefisien determinasi informasi ekonomi maka diterima dan ditolak. Dari hasil di atas terlihat bahwa perubahan informasi bisnis mempengaruhi pertumbuhan kepuasan pelanggan. Hal ini tercermin dari makna *business intelligence* yang lebih besar dari level makna yang digunakan. Dan karena ini juga tercermin dalam koefisien determinasi business.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, M., Kharis, A., & Karlina, D. (2018). "Faktor-Faktor Yang Menjadi Pertimbangan Dalam," *JIAP Jurnal Ilmu Administrasi Publik*, 6, 75-84.
- Angellie, N. P. (2022). "Mengenal Inovasi Disrupsi Ojek Online pada Studi Kasus Gojek GoRide," *OSF Preprints*, 1-11.
- H.L.H, S. W. (2008). "Rancangan Infrastruktur E-Bisnis Business Intelligence Pada Perguruan Tinggi," *TELKOMNIKA*, 6, 115-124.
- Hakim, F. N., & Sanio. (2021). "Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Transportasi Suroboyo Bus," *Forum Ekonomi*, 23, 241-253.
- Kadir, A. (2006). "Transportasi: Peran Dan Dampaknya Dalam Pertumbuhan Ekonomi Nasional," *Jurnal Perencanaan & Pengembangan Wilayah WAHANA HIJAU*, 1, 121-131.
- Kurnianti, A. W. (2017). "Komunikasi Pemasaran Transportasi Online NGuberJEK," *Jurnal Komunikasi Dan Kajian Media*, 1, 69-84.
- Kurniawan, R. C. (2016). "Tantangan Kualitas Pelayanan Publik Pada Pemerintah Daerah," *Jurnal Ilmiah Administrasi Publik dan Pembangunan*, 7, 15-26.
- Mandaku, H., & Tukan, M. (2010). "Studi Penerapan *Intelligence Transportation System (ITS)* Di Kabupaten Seram Bagian Barat," *Jurnal ARIKA*, 4, 34-42.
- Munawar, Z., Herdiana, Y., Putri, N. I., & Rustiyana. (2021). "Dampak Intelijen Bisnis Pada Kualitas Pengambilan Keputusan," *Jurnal Infotronik*, 6, 32-41.

-
- Pratasik, S (2019). "Perancangan Sistem Business Intelligence Pada Palang Merah Indonesia Daerah Sulawesi Utara," *Jurnal Frontiers*, 2, 199-209.
- Pratiwi, H. (2016). *Sistem Pendukung Keputusan*. Yogyakarta: deepublish, 49-57.
- Purwanto, A. C., Luthfi, A., & Arsal, T (2018). "Eksistensi Ojek Pangkalan Didalam Perkembangan Transportasi Berbasis Informasi dan Teknologi," *jurnal Solidarity*, 243-255.
- Putri, P. A., & Endiana, I. M (2020). "Pengaruh Akuntansi Dan Sistem Pengendalian Internal Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Kasus Pada Koperasi Di Kecamatan Payangan)," *Jurnal KRISNA: Kumpulan Riset Akuntansi*, 11, 179-189.
- Rahardjo, J., Stok, R. E., & Yustina, R (2000). "Penerapan Multi-Criteria Decision Making Dalam Pengambilan Keputusan Sistem Perawatan," *Jurusan Teknik Industri*, 2, 1-12.
- Rohmah, U. M., & Patrikha, F. D (2022). "Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Jasa Ojek Online Heehjek Di Kota Nganjuk," *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 10, 1710-1717.
- Syamantha, A., & Dewata, Z. E (2022). "Faktor-Faktor Pengambilan Keputusan Menggunakan Jasa Ojek Online (GOJEK)," *JUDIMAS (Jurnal Inovasi Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 3, 52-61.
- Wahyusetyawati, E (2017). "Dilema Pengaturan Transportasi Online," *RechtsVinding Online*, 1-4.
- Yasmi, Yasmi, Muhammad Cahyadi, and A. Bobby Rista Aulia (2021). "Sistem Pengendalian Internal Dalam Mitigasi Fraud Orderan Transportasi Berbasis Online Pada PT. Gojek Makassar. Accounting, Accountability, and Organization System (AAOS)," *Journal*, 2, 160-170.