

Analisis Penerapan Sistem Informasi Manajemen pada PT Gojek Indonesia

Delima Nur¹, Nur Fadila², Ma'ruf Aswad³, Nurafni Oktaviah^{4*}

¹²³⁴Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Makassar

Email: nurafni.oktaviah@unm.ac.id

ABSTRAK

Perkembangan teknologi yang begitu pesat telah mencapai sektor transportasi di Indonesia. PT. Gojek Indonesia menjadi salah satu transportasi berbasis *online* yang telah memanfaatkan kemajuan teknologi dalam menyediakan layanan antar-jemput dan pesan-antar. Kemunculan transportasi *online* ini telah menimbulkan kontroversi dan penolakan dari transportasi konvensional. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menggali sistem manajemen informasi yang diterapkan oleh PT. Gojek Indonesia dalam mengembangkan transportasi berbasis *online* di Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode penelitian pustaka dan kajian literatur (*Library Research Or Literature Review*), yang melibatkan penelusuran sumber-sumber pustaka seperti jurnal ilmiah, buku, dan situs web sebagai sumber data utama. Penelitian ini secara khusus berfokus pada analisis dan evaluasi dari berbagai sumber literatur yang relevan dengan topik penerapan sistem informasi manajemen pada PT. Gojek Indonesia.

Kata Kunci:

Sistem Informasi Manajemen, CRM, dan CSM

ABSTRACT

The rapid development of technology has reached the transportation sector in Indonesia. PT. Gojek Indonesia is one of the online-based transportation that has taken advantage of technological advances in providing pick-up and delivery services. The emergence of online transportation has caused controversy and rejection of conventional transportation. Therefore, this study aims to explore the information management system implemented by PT. Gojek Indonesia in developing online-based transportation in Indonesia. This study uses library research and literature review (Library Research or Literature Review) methods, which involve tracing library sources such as scientific journals, books, and websites as the main data source. This research specifically focuses on the analysis and evaluation of various sources of literature that are relevant to the topic of implementing management information systems at PT. Indonesian Gojek.

Keywords:

Management Information System, CRM, and CSM

* Penulis Koresponden pada Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Makassar, Jl. Raya Pendidikan No. 1 Gunung Sari, Makassar 90221 Sulawesi Selatan, Indonesia. Alamat Email: nurafni.oktaviah@unm.ac.id.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang pesat telah memberikan dampak yang mencolok pada gaya hidup, karena perubahan teknologi berpengaruh pada kegiatan sehari-hari setiap orang (Putra, 2018). Sebelumnya, internet dianggap sebagai sesuatu yang "wah" dan rumit bagi orang awam, namun sekarang telah menjadi hal yang umum bagi banyak orang dan kita dapat melihatnya dengan fakta-fakta yang ada (Putri, 2020). Mungkin kita termasuk di antara mereka yang memiliki hampir semua akun di media sosial, aktif berinteraksi dengan orang lain secara intensif di dunia maya. Sekarang ini, handphone sudah menjadi kebutuhan penting bagi banyak orang, sehingga tak peduli di mana dan kemana pun seseorang berada, mereka tidak akan terpisah dari *handphone* mereka (Minora, 2016). Selain itu, saat ini kita sudah memasuki era *smartphone*, di mana banyak hal dapat diakses dan dilakukan hanya dengan satu perangkat yang kita genggam (Minora, 2016).

Di era modern seperti sekarang, transportasi berperan penting sebagai faktor pendukung dalam kegiatan sehari-hari, terutama di daerah perkotaan. Perubahan pola hunian dari kota ke pinggiran kota membuat permintaan terhadap transportasi semakin meningkat, mengingat aktivitas rutin dan kesibukan memerlukan sarana transportasi sebagai alat penunjang kegiatan sehari-hari (Dausat, 2021). Kualitas transportasi yang baik dapat mencerminkan tatanan kota yang teratur, karena transportasi berperan sebagai sarana yang membantu mengarahkan pembangunan. Selain itu, transportasi juga berfungsi sebagai infrastruktur untuk memfasilitasi pergerakan manusia dan barang yang timbul akibat aktivitas di daerah perkotaan (Prawiranata & Rahmawati, 2018).

Saat ini, transportasi umum tampaknya kurang mendapatkan dukungan yang memadai dari pemerintah. Masalah ini meliputi kendaraan yang tidak memenuhi standar keselamatan, perilaku sopir yang tidak tertib, dan kekhawatiran akan tindak kriminal yang membuat orang ragu untuk menggunakan layanan transportasi umum. Akibatnya, masyarakat lebih memilih menggunakan transportasi pribadi dalam kegiatan sehari-hari mereka (Slamet, 2021). Bersamaan dengan bertambahnya jumlah penduduk hal ini berdampak pada peningkatan volume kendaraan dan menyebabkan kemacetan karena kurangnya keseimbangan antara pembangunan jalan dan volume kendaraan. Salah satu dampak dari kemacetan adalah akan memperlambat roda perekonomian (Nisak, 2017).

Pemerintah pusat dan daerah merancang berbagai program untuk mendorong peralihan dari kendaraan pribadi ke transportasi umum. Tujuannya adalah untuk mengurangi tingkat kemacetan dan meningkatkan minat masyarakat menggunakan layanan transportasi umum. Untuk mencapai hal tersebut, pemerintah harus berkomitmen dalam menyediakan fasilitas dan kemudahan akses transportasi umum, serta menjamin keamanan bagi pelanggan (Yessayabella & Adys, 2019). Oleh karena itu, diperlukan penyedia jasa yang dapat memberikan pelayanan yang

lebih baik dan inovatif. Upaya pembaharuan tersebut bukan hanya menciptakan hal baru, tetapi juga mencakup produk aktual atau *outcome*. Dalam hal pelayanan jasa, *outcome* tersebut bukanlah semata-mata keluaran, melainkan modifikasi dari pelayanan yang telah ada sebelumnya (Adhitya & Chrismastianto, 2017).

Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, teknologi transportasi juga mengalami kemajuan. Tuntutan akan transportasi yang cepat dan mudah semakin meningkat dan sebagai hasilnya, bisnis jasa transportasi *online* dengan menggunakan aplikasi mulai bermunculan (Yananto, 2020). Kelebihan yang dimiliki oleh penyedia layanan transportasi *online*, dibandingkan dengan transportasi konvensional adalah kemudahan dalam pemesanan serta efisiensi waktu dan biaya. Saat ini di Indonesia banyak bermunculan jasa transportasi online seperti Gojek, GrabBike, GrabTaxi, dan sejenisnya (Panuntun, 2019).

Gojek adalah platform layanan pemesanan ojek melalui aplikasi yang dapat diunduh di *smartphone* dengan sistem operasi Android dan iPhone. Pendiri Gojek adalah Nadiem Makarim, seorang putra Indonesia yang menempuh pendidikan di Harvard dan saat ini menjabat sebagai Menteri Pendidikan Indonesia (Hariyanto, 2020). Gojek menyediakan 4 (empat) layanan bagi para pelanggan yang mencakup *instant courier* (pengantaran barang), *transport* (jasa angkutan), *shopping* (belanja) dan *corporate* (kerjasama dengan perusahaan untuk jasa kurir). Layanan ini mengutamakan keunggulan dalam kecepatan, inovasi dan interaksi sosial (Tan & Ayuni, 2023). Berdasarkan latar belakang di atas, maka dibuat suatu rumusan masalah yakni bagaimana penerapan sistem informasi manajemen yang dilakukan PT. Gojek Indonesia. Tujuan penelitian artikel ini adalah untuk mengetahui tentang sistem informasi manajemen di PT. Gojek Indonesia.

2. KAJIAN LITERATUR

2.1 Sistem Informasi Manajemen

Menurut para ahli, sistem informasi manajemen adalah suatu pendekatan formal yang memberikan informasi akurat dan tepat waktu kepada manajemen dengan tujuan memfasilitasi proses pengambilan keputusan dan memungkinkan organisasi menjalankan fungsi perencanaan, operasi, dan pengendalian secara efektif (Stoner (1996). Sistem informasi manajemen merupakan sistem informasi yang digunakan untuk menghasilkan informasi yang digunakan untuk membuat keputusan dan juga dapat membantu menyatukan beberapa fungsi informasi bisnis yang sudah terkomputerisasi (basis data). Sistem informasi manajemen adalah sistem perencanaan bagian dari pengendalian internal dalam bisnis yang terdiri atas pemanfaatan dokumen, manusia, teknologi, serta prosedur dalam akuntansi manajemen.

2.2 Customer Relations Management (CRM)

Customer Relationship Management (CRM) merupakan strategi bisnis yang memadukan proses, manusia, dan teknologi serta membantu menarik prospek penjualan, mengkonversi mereka menjadi pelanggan, dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada, pelanggan yang puas dan loyal. CRM di masa kini bertujuan untuk mengetahui sebanyak mungkin tentang bagaimana kebutuhan dan perilaku pelanggan.

CRM adalah sebuah strategi bisnis yang berfokus pada pelanggan, mirip dengan strategi bisnis lainnya. Tujuan utama dari CRM adalah meningkatkan kepuasan pelanggan, sementara tujuan akhirnya adalah untuk memaksimalkan keuntungan dan pendapatan (Maulana, 2020).

2.3 Supply Chain Management (SCM)

Supply Chain (Rantai Pasok) adalah sistem organisasi yang bertujuan untuk menyalurkan barang kepada pelanggan. Rantai Pasok ini merupakan jaringan yang terdiri dari berbagai organisasi yang saling terkait dan memiliki tujuan yang sama dalam menyediakan proses penyaluran barang yang efisien.

SCM adalah konsep pengelolaan yang melibatkan integrasi sumber daya bisnis, baik di dalam maupun di luar perusahaan, untuk menciptakan sistem pasokan yang kompetitif. Fokus utama dari konsep ini adalah sinkronisasi aliran produk dan informasi guna menciptakan nilai pelanggan yang tinggi (*customer value*). *Supply chain management* adalah istilah yang digunakan untuk mengendalikan dan mengatur rantai pasokan (Suchyowati, 2011)

3. METODE, DATA DAN ANALISIS

Penulisan ini adalah suatu analisis yang menggunakan pendekatan kualitatif, dengan maksud penulis berfokus pada pemahaman mendalam tentang bagaimana sistem informasi manajemen diimplementasikan, dioperasikan, dan mempengaruhi operasional serta pengambilan keputusan di perusahaan. Dalam artikel ini, data yang digunakan adalah data sekunder berupa artikel-artikel ilmiah dan jurnal yang telah dipublikasikan sebelumnya yang terkait dengan topik yang sedang diteliti. Pada artikel ini, subyek yang digunakan adalah PT Gojek yang merupakan perusahaan teknologi berbasis aplikasi dengan menyediakan berbagai layanan seperti transportasi, pengiriman makanan, pengiriman barang dan pembayaran digital. Selain itu, penelitian ini juga didukung dengan penerapan teknik observasi yaitu mencari sumber data yang berasal dari hasil penelitian sebelumnya, jurnal atau buku, dan berita.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Sistem Informasi Pemesanan Layanan

Berikut adalah beberapa langkah dalam proses pemesanan layanan di perusahaan PT Gojek Indonesia:

1. Langkah pertama dalam pemesanan layanan adalah mendaftar sebagai anggota melalui aplikasi.
2. Setelah berhasil mendaftar, langkah selanjutnya adalah melakukan masuk (log in) ke akun agar dapat memulai proses pemesanan layanan.
3. Selanjutnya, pilihlah jenis layanan yang ingin dipesan dari berbagai opsi yang tersedia.
4. Setelah memilih layanan, tentukan juga lokasi yang akan menjadi tujuan atau tempat penggunaan layanan tersebut.
5. Terakhir, pilihlah metode pembayaran yang diinginkan, apakah melalui pembayaran tunai atau menggunakan e-money.

4.2 Teknologi Informasi yang Digunakan

Gojek menggunakan berbagai teknologi informasi dalam memberikan layanannya, di antaranya:

1. Teknologi *End User*
 - a. Aplikasi Gojek untuk Smartphone Android
 - b. Aplikasi Gojek untuk Smartphone IOS
2. Teknologi Database
 - a. *Cloud Computing* untuk penyimpanan data
 - b. Penyimpanan pada *Smartphone Storage*
3. API (*Application Programming Interface*)
 - a. *Google Maps*
 - b. *Google Place*
 - c. Transjakarta API
 - d. Apotikantar API
4. Pembayaran (*Payment*)
 - a. Go-pay (pembayaran secara online menggunakan kredit digital Gojek)
5. Layanan Pelanggan (*Customer Service*)
 - a. *Social Media*
 - b. *Website*
 - c. *Call Center*

4.3 CRM pada Gojek

CRM (*Customer Relationship Management*) pada perusahaan Gojek mencakup aktivitas-aktivitas berikut:

1. *Contact and Account Management*

Gojek Indonesia memanfaatkan berbagai sistem seperti database, situs web, surel (*email*), serta platform media sosial seperti Facebook, Instagram, dan Twitter, juga nomor telepon yang tercantum di situs web untuk mengelola kontak dan akun. Informasi akun konsumen disimpan dalam database agar mempermudah pihak manajemen dalam menyampaikan informasi terbaru kepada para konsumen melalui surel (*email*).

2. *Penjualan (Sales)*

Proses pemesanan jasa Gojek dilakukan melalui aplikasi yang terhubung dengan internet. Pelanggan dapat memesan layanan melalui aplikasi yang dapat diunduh pada *smartphone* Android atau iOS.

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

Kegiatan pemasaran dan pemenuhan pesanan jasa dilakukan melalui aplikasi. Perusahaan juga melakukan promosi melalui media massa seperti koran dan majalah, serta melalui media elektronik seperti website, *social media*, telepon, dan email. Selain itu, Gojek juga menjalankan program pemasaran melalui kemitraan dengan perusahaan lain.

4. *Customer Service and Support*

Melalui aplikasi Gojek, pengguna dapat mengakses berbagai informasi, termasuk panduan penggunaan layanan, kebijakan perusahaan, dan cara menghubungi tim dukungan pelanggan. Layanan dan dukungan untuk pelanggan yang disediakan diantaranya *call center*, media sosial, dan *Email*.

5. *Retention and Loyalty Program*

Gojek menerapkan program retensi dan loyalitas dengan menyediakan program *frequent flyer* yang memuat informasi terkini tentang perusahaan untuk pelanggan yang konsisten menggunakan layanan mereka. Program ini bertujuan untuk memperkuat loyalitas pelanggan yang setia kepada perusahaan.

4.4 Penerapan *Customer Relationship Management (CRM)* pada PT. Gojek Indonesia

Penerapan CRM pada PT Gojek melibatkan penggunaan aplikasi dan situs web sebagai alat untuk meningkatkan pendapatan perusahaan melalui penjualan layanan, memberikan pelayanan yang unggul, serta memperkenalkan prosedur transaksi yang telah ditetapkan. Informasi yang disajikan dalam aplikasi dan situs web meliputi profil perusahaan, daftar produk, forum diskusi antara pelanggan dan manajemen, dan proses pemesanan layanan. Selain sebagai bagian dari strategi CRM, Gojek juga menyediakan program *frequent-flyer*

dengan dua bahasa yang berisi informasi terbaru perusahaan kepada pelanggan yang setia melalui email.

4.5 Penerapan *Supply Chain Management (SCM)* pada PT. Gojek Indonesia

Gojek menerapkan *Supply Chain Management* sebagai konsep manajemen dengan menggunakan teknologi internet untuk mengintegrasikan semua mitra kerja, termasuk *driver*, konsumen, dan *stakeholder* lainnya yang terlibat dalam proses transaksi. Dalam hal sistem akuntansi, Gojek menyediakan fasilitas *order processing* yang memungkinkan konsumen melakukan pemesanan jasa. Data yang diperoleh dari formulir pemesanan akan digunakan untuk menentukan jumlah pembayaran. Jumlah pembayaran akan dicatat dalam fasilitas *billing* dan selanjutnya akan diposting ke dalam *general ledger*. Bukti pembayaran dari konsumen akan tercatat dalam *cash receipt* dan akan terakumulasi dalam *general ledger*.

Pemesanan yang dilakukan oleh konsumen kepada mitra Gojek akan masuk ke dalam sistem *cash disbursement* atau *account payable*, tergantung pada jenis pembagian keuntungan yang telah disepakati antara Gojek dan mitra. Pembagian keuntungan yang sudah disetujui oleh kedua belah pihak akan dicatat dalam sistem *general ledger* Gojek.

4.6 Analisa Sistem Informasi Manajemen pada Bisnis PT. GOJEK Indonesia

1. Transaction processing systems

Sistem pembayaran Gojek termasuk dalam Sistem Informasi Pengolahan Transaksi (*Transaction Processing System*), yang bertanggung jawab mengatur dan mencatat alur masuk dan keluar transaksi yang terjadi di platform Gojek. Transaksi ini meliputi perhitungan biaya perjalanan, penambahan kredit Gojek saat pelanggan menambah deposit, serta pengurangan kredit saat digunakan untuk membayar layanan Gojek. Selain itu, proses pemesanan (*book order*) juga termasuk dalam TPS, di mana informasi seperti lokasi awal, tujuan, dan data lainnya dikumpulkan dari pengguna.

2. Process Control Systems

Semua langkah dalam proses pemesanan di Gojek berjalan sesuai dengan *Standard Operating Procedure (SOP)* yang telah ditentukan dan inilah fungsi dari sistem pengendalian proses.

3. Enterprise Collaboration System

Gojek menggunakan *Enterprise Collaboration System* untuk mempermudah koordinasi dan pertukaran informasi di seluruh cabang perusahaan yang berlokasi di berbagai daerah. Untuk meningkatkan kenyamanan konsumen, Gojek menyediakan informasi tentang *driver* atau pengganti layanan lainnya, termasuk nama dan foto, begitu juga sebaliknya, *driver* memiliki akses ke nama dan nomor telepon konsumen, sehingga mereka dapat berkomunikasi secara langsung.

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

1. *Management Information Systems*

Gojek menggunakan Sistem Informasi Manajemen yang meliputi laporan data, monitoring layanan, dan *Customer Relationship Management* (CRM). Sistem ini membantu pihak manajemen dalam mengakses data spesifik seperti statistik, data pemesanan, dan transaksi dari pengguna, serta kinerja *driver* dan layanan lainnya.

2. *Decision Support System*

Data khusus yang diperoleh dari pengumpulan data sebelumnya menjadi dasar bagi manajer Gojek dalam membuat keputusan strategis, seperti menentukan fokus atau ekspansi bisnis, merekrut *driver* atau mengenalkan layanan baru, serta mengembangkan layanan yang sudah ada.

3. *Executive Information System*

Pada Sistem Informasi Eksekutif (EIS), para eksekutif Gojek memanfaatkan informasi untuk merumuskan kebijakan yang bertujuan meningkatkan kinerja dan perkembangan keseluruhan perusahaan. Contohnya termasuk mengadakan Penawaran Saham Perdana (IPO) untuk meningkatkan potensi pertumbuhan perusahaan, menjalin kemitraan dengan perusahaan lain, menganalisis pesaing, dan merancang kebijakan agar dapat bersaing dengan efektif.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat diartikan bahwa Gojek menggunakan berbagai teknologi informasi untuk memberikan layanan dan mengelola operasionalnya. Beberapa teknologi informasi yang digunakan oleh Gojek termasuk aplikasi untuk pengguna, teknologi database untuk penyimpanan data, API untuk mengintegrasikan layanan pihak ketiga, dan sistem pembayaran online Go-Pay. Selain itu, Gojek juga menerapkan *Customer Relationship Management* (CRM) untuk mengelola hubungan dengan pelanggan dan *Supply Chain Management* (SCM) untuk mengintegrasikan mitra kerja dalam proses transaksi.

Dalam analisis sistem informasi manajemen, Gojek menggunakan berbagai sistem untuk mengelola transaksi, mengontrol proses, dan berkolaborasi di seluruh perusahaan. Selain itu, sistem informasi manajemen juga digunakan untuk pengambilan keputusan strategis dan membuat kebijakan perusahaan.

Secara keseluruhan, artikel ini menggambarkan bagaimana Gojek mengandalkan teknologi informasi dan sistem informasi manajemen untuk mengoperasikan layanan

mereka dengan efisien, meningkatkan pelayanan kepada pelanggan, dan mengambil keputusan yang tepat untuk pertumbuhan dan perkembangan perusahaan.

5.2 Saran

Penulis menyadari adanya beberapa kekurangan terkait dengan kedalaman dalam pembahasan di beberapa unit analisis. Namun, kekurangan dalam penelitian ini dapat menjadi ide untuk penelitian selanjutnya. Berikut ini adalah beberapa saran dari peneliti terkait dengan peerapan sistem informasi manajemen di PT Gojek Indonesia:

1. Memastikan bahwa sistem informasi manajemen Gojek mematuhi standar keamanan yang ketat. Data pelanggan, mitra pengemudi, dan informasi bisnis sensitif lainnya harus dijaga dengan baik agar tidak terjadi pelanggaran keamanan atau serangan siber.
2. Perkuat sistem manajemen untuk mendukung respons cepat terhadap pertanyaan dan masalah pelanggan. Buatlah sistem layanan pelanggan yang efektif untuk menangani keluhan dan pertanyaan dengan efisien.
3. Melakukan riset mendalam untuk mengidentifikasi potensial pasar baru yang sesuai dengan model bisnis Gojek. Meninjau kota atau wilayah yang memiliki kebutuhan tinggi untuk layanan transportasi, pengiriman makanan, dan layanan lainnya yang ditawarkan oleh Gojek.

DAFTAR PUSTAKA

- Kustina, K. T et al. (2022). Sistem Informasi Manajemen. Batam: Yayasan Cendikia Mulia Mandiri.
- Laudon, K., & Laudon, J. (2015). Sistem Informasi Manajemen (Mengelola Perusahaan Digital). Jakarta: Salemba Empat.
- Lukman. (2021). Suplay Chain Management. Gowa: CV. Cahaya Bintang Cemerlang.
- Ridwan, M., & dkk. (2021). Sistem Informasi Manajemen. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung.
- Sucahyowati, H. (2011). Manajemen Rantai Pasokan (*Supply Chain Management*). In Gema Maritim (Vol. 13, Issue 1).
- Suryadharma & Budyastuti, T. (2019). Sistem Informasi Manajemen. Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia.
- Tan, R., & Ayuni, M. (2023). Manajemen Strategik Bisnis PT Gojek Indonesia. *Journal of Business Finance and Economic* (JBFE), 4(1).
- Yessayabella, D., & Adys, Y. (2022). Implementasi Sistem Informasi Manajemen Kasir Berbasis Aplikasi Moka Pos (*Point Of Sales*) Pada Kafe X Tahun 2022. In Jurnal Mahasiswa Akuntansi Unita (Vol. 1, Issue 2).