

RINGKASAN HASIL SURVEI DAMPAK GO-JEK TERHADAP PEREKONOMIAN INDONESIA

Sejak awal tahun 2000, perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) berkembang pesat. Hal tersebut telah berdampak pada perubahan sosial yang sangat cepat di banyak negara di seluruh dunia, termasuk Indonesia. Beberapa perubahan besar yang terjadi, antara lain komersialisasi digital.¹ Penelitian mengenai perubahan-perubahan ini penting agar pengambilan kebijakan dan pendekatan program-program pemberdayaan masyarakat tepat sasaran.

Lembaga Demografi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Indonesia (LD FEB UI) adalah unit kegiatan khusus penelitian dan pengabdian masyarakat yang menjalankan tugas akademik pemanfaatan penelitian untuk pengambilan kebijakan berbasis data.

Pada akhir tahun 2017, LD FEB UI menjalankan riset mengenai dampak sosial ekonomi aplikasi *on demand* terhadap perekonomian Indonesia. Riset ini melibatkan aplikasi *on-demand* perusahaan komersialisasi digital terbesar di Indonesia, yakni GO-JEK Indonesia. Hasil riset ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan publik dan media mengenai potensi manfaat sosial ekonomi GO-JEK Indonesia, serta menghasilkan naskah posisi berbasis penelitian yang dapat digunakan oleh para pemangku kepentingan dari pemerintah, akademisi, dan pelaku industri di Indonesia.

Penelitian ini melibatkan **lebih dari 7.500 responden:**

- **3.315 pengemudi roda dua**
- **3.465 konsumen**
- **806 mitra UMKM**

Responden merupakan mitra dan konsumen yang aktif dalam 1 bulan terakhir. Sampel mewakili populasi mitra pengemudi, mitra UMKM, dan konsumen di **9 wilayah**, yaitu Bandung, Bali, Balikpapan, Jabodetabek, DIY Yogyakarta, Makassar, Medan, Palembang, dan Surabaya.

¹ Komersialisasi digital (kadang disebut internet marketing) adalah hubungan penyedia barang dan jasa dengan pelanggan yang diampu oleh aplikasi digital (lihat UNESCO, 2013; UK Trade and Investments, 2014; Hesmondhalgh, 2013). Berbeda dengan *e-commerce* di mana komoditas bersifat digital.

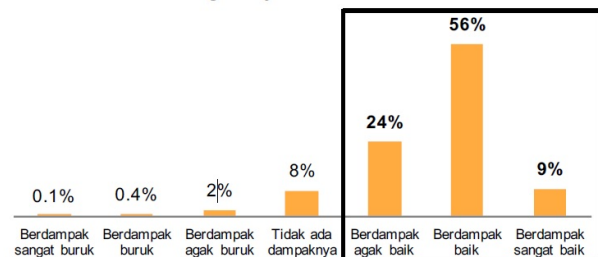
Berdasarkan hasil penelitian, aplikasi *on-demand* memiliki dampak sosial ekonomi yang signifikan terhadap perekonomian Indonesia. Beberapa temuan utama dari riset ini yaitu:

Dampak bagi Perekonomian Nasional dan Masyarakat

- GO-JEK berkontribusi **Rp 8,2 Triliun** per tahun ke dalam perekonomian Indonesia melalui penghasilan Mitra Pengemudi.
- Diperkirakan terdapat tambahan **Rp 682,6 Miliar** per bulan yang masuk ke ekonomi nasional semenjak mitra pengemudi bergabung dengan GO-JEK.
- GO-JEK berkontribusi **Rp 1,7 Triliun** per tahun ke dalam perekonomian Indonesia melalui penghasilan Mitra UMKM.
- Diperkirakan terdapat tambahan **Rp 138,6 Miliar** per bulan yang masuk ke ekonomi nasional semenjak Mitra UMKM bergabung dengan GO-FOOD.

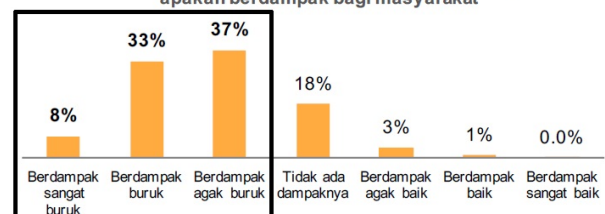
89% konsumen mengatakan bahwa GO-JEK telah memberikan dampak yang **agak baik** s.d. **sangat baik** bagi masyarakat secara umum.

Bagaimana dampak dari keberadaan GO-JEK di daerah anda bagi masyarakat secara umum?



Jika GO-JEK **berhenti beroperasi**, **78%** mengatakan bahwa pemberhentian tersebut akan membawa dampak **agak buruk** s.d. **sangat buruk** bagi masyarakat.

Apabila muncul kebijakan yang melarang GO-JEK (dan layanan serupa) beroperasi ditempat anda tinggal, apakah berdampak bagi masyarakat



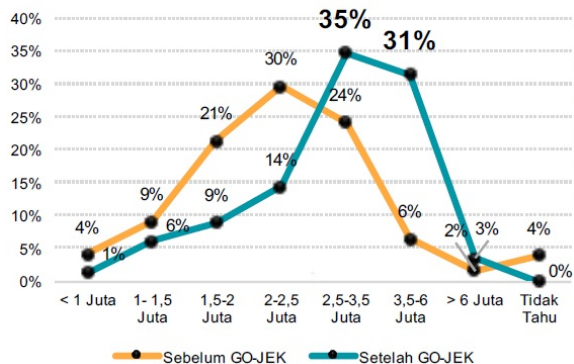
A. Dampak bagi Mitra Pengemudi

GO-JEK mengurangi tekanan pengangguran dengan memperluas kesempatan kerja. Demografi mitra pengemudi sebagai berikut:

- Lulusan SMA (**75%**)
- Lulusan Perguruan Tinggi (**15%**)
- Berusia produktif, usia 20—39 tahun (**77%**)
- Berstatus kerja penuh waktu (**65%**)
- Memiliki tanggungan 2 orang atau lebih (**78%**)

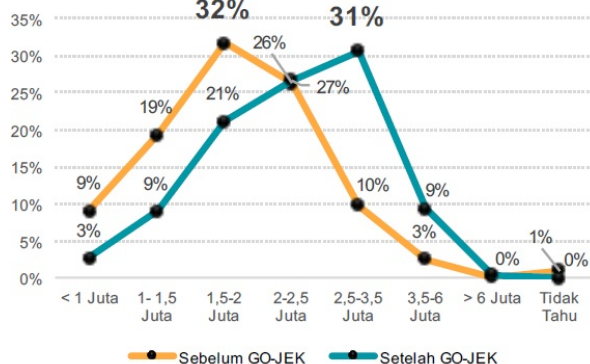
GO-JEK meningkatkan penghasilan dan pengeluaran mitra pengemudi serta kesejahteraan keluarga mitra pengemudi.

Penghasilan Mitra Pengemudi



Rata-rata pendapatan mitra pengemudi meningkat (**44%**) sejak bergabung dengan GO-JEK.

Pengeluaran Mitra Pengemudi



Rata-rata pengeluaran mitra pengemudi meningkat (**31%**) sejak bergabung dengan GO-JEK.

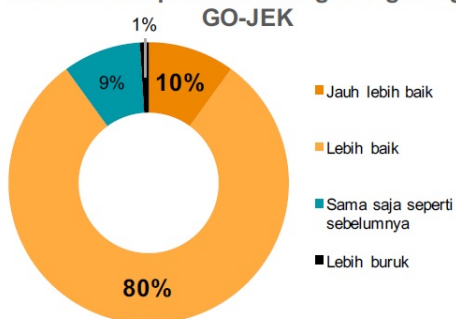
Pendapatan rata-rata mitra pengemudi penuh waktu (Rp 3,48 juta per bulan) 1,25 kali lebih besar daripada rata-rata upah minimum kota di 9 wilayah survei (Rp 2,8 juta per bulan). (Sumber: Data dari Pemerintah Daerah yang diolah oleh peneliti).

Pendapatan rata-rata seluruh mitra pengemudi (Rp 3,31 juta) **lebih tinggi** dibandingkan pendapatan pegawai pada umumnya:

- Rp 3,10 juta Pegawai Sektor Transportasi
- Rp 2,34 juta Pegawai Sektor Industri
- Rp 2,66 juta Status Pekerjaan Pegawai

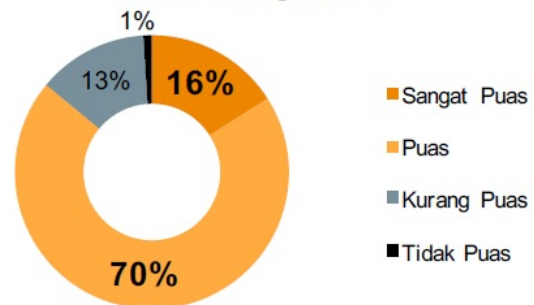
(Sumber: Survei Kerja Nasional 2016)

Kualitas Hidup Setelah Bergabung dengan
GO-JEK



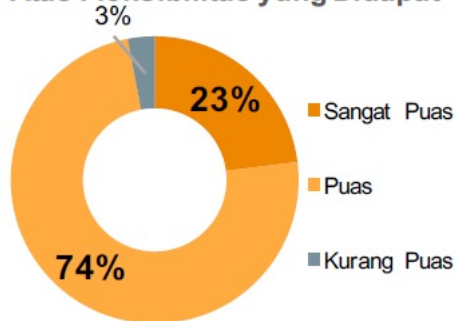
Mitra pengemudi merasa bahwa kualitas hidupnya **lebih baik (80%)** dan **jauh lebih baik (10%)** setelah bergabung dengan GO-JEK.

Tingkat Kepuasan Mitra Pengemudi
Atas Penghasilan



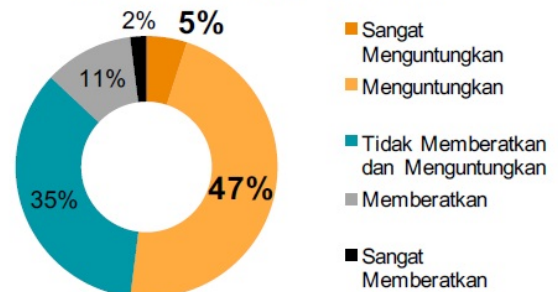
Mayoritas mitra pengemudi merasa **puas dengan penghasilannya (86%)**. Dengan **70% merasa puas** dan **16% sangat puas**.

Tingkat Kepuasan Mitra Pengemudi Atas Fleksibilitas yang Didapat



Mitra pengemudi merasa **puas (74%)** dan **sangat puas (23%)** dengan fleksibilitas yang didapatkan.

Pendapat Mitra Pengemudi Terkait dengan Hubungan Kemitraan

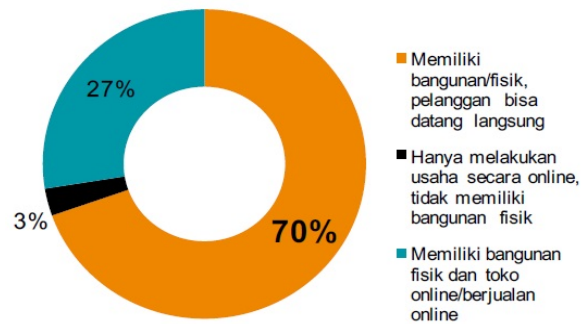


Mitra pengemudi merasa **diuntungkan (47%)** dan **sangat diuntungkan (5%)** oleh hubungan kemitraan dengan GO-JEK.

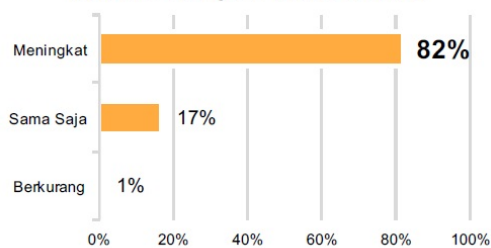
B. Dampak bagi Mitra UMKM

Sebelum bermitra dengan GO-JEK, **76%** mitra UMKM tidak melayani pengiriman pesan-antar, dan **70%** mitra UMKM *go online* karena GO-JEK.

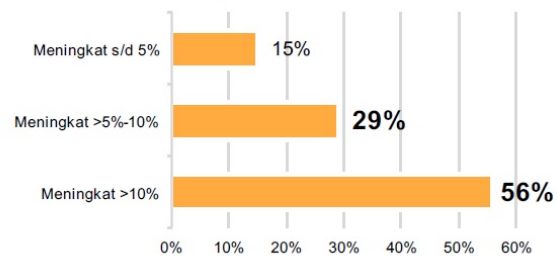
Bagaimana Usaha Dijalankan



Perbedaan Volume Transaksi Setelah Menjadi Mitra UMKM

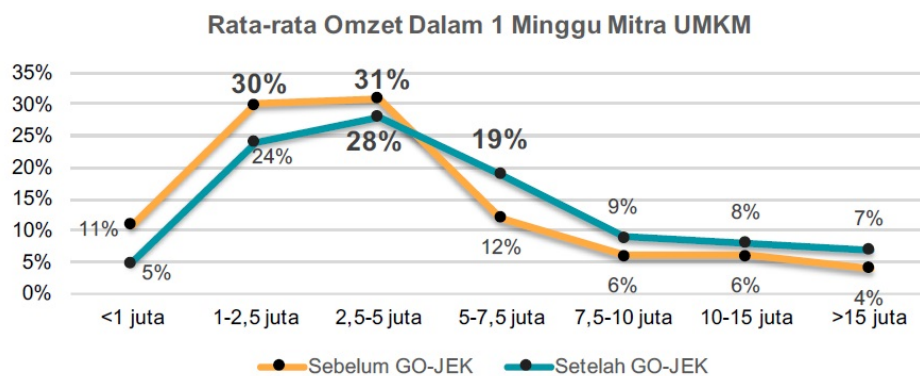


Peningkatan volume transaksi setelah menjadi Mitra UMKM



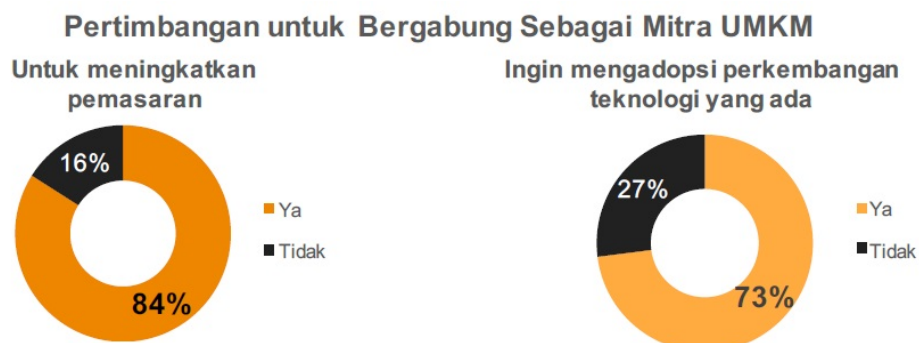
Mitra UMKM dapat beroperasi dengan **lebih efisien dan mendapatkan pangsa pasar yang lebih besar** (82% meningkat volume transaksi) dan 30% pengurangan biaya mitra UMKM.

- **82%** mitra UMKM mengalami peningkatan volume transaksi
- **85%** di antaranya mengalami peningkatan **lebih dari 5%**



- **43%** mitra UMKM mengalami **kenaikan klasifikasi omzet**
- **76%** mitra UMKM menginvestasikan kembali pendapatan tambahan yang mereka dapatkan dari GO-JEK

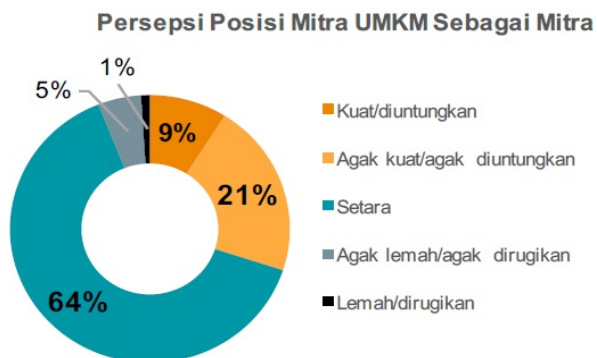
GO-FOOD membantu meningkatkan kesempatan usaha bagi Mitra UMKM yang baru berdiri (57% baru memulai usaha di tahun 2016/2017).



- **84%** mitra UMKM bergabung dengan GO-JEK untuk **meningkatkan pemasaran**
- **73%** mitra UMKM bergabung dengan GO-JEK untuk **mengadopsi perkembangan teknologi**

Mayoritas mitra Mitra UMKM merasakan **kemudahan dalam bergabung (91%)** dan **menggunakan aplikasi GO-JEK (97%)**. Mereka juga merasa **dihargai dan diperlakukan dengan adil oleh GO-JEK**:

- **30%** merasa diuntungkan dengan menjadi mitra
- **64%** merasa diposisikan setara



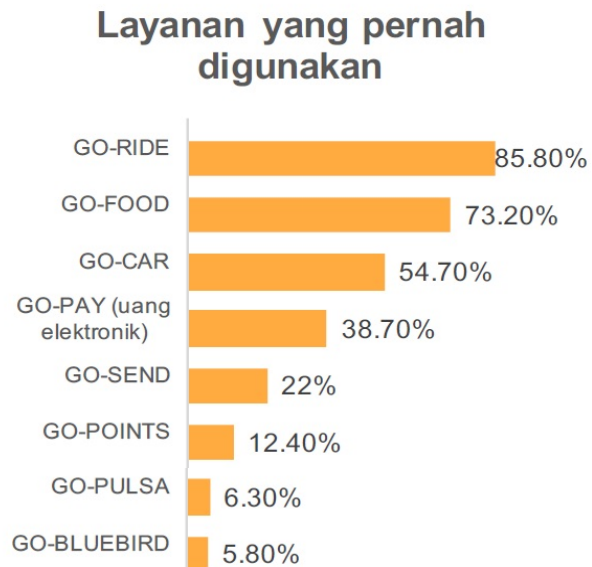
C. Dampak bagi Konsumen

GO-JEK merupakan penyedia jasa yang dimanfaatkan berbagai lapisan masyarakat. Konsumen GO-JEK didominasi oleh masyarakat di usia produktif, berpendidikan tingkat SMA ke atas, dan berasal dari kelas menengah dan menengah ke bawah.

- **77%** berusia **20-39 tahun**
- **96%** konsumen berpendidikan tingkat **SMA sederajat ke atas**
- Rata-rata pengeluaran konsumen **per bulan sebesar Rp2.550.000**
- **68%** adalah perempuan

Layanan GO-JEK meningkatkan kualitas hidup konsumen

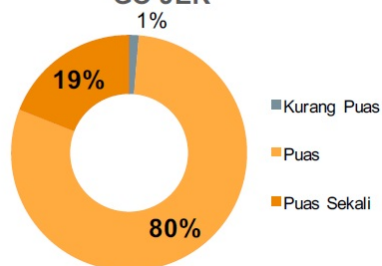
- **GO-RIDE** merupakan moda transportasi pilihan (**85,8%**), sekitar **63%** menggunakannya untuk **pulang dan pergi kerja atau kuliah atau sekolah**.
- **GO-RIDE dan GO-CAR** menjadi pilihan karena lebih murah dibandingkan dengan transportasi lainnya.
- **73,2%** pengguna GO-JEK menggunakan jasa **GO-FOOD**. **70,4%** menggunakannya untuk **konsumsi pribadi**, dan **53,8%** untuk **konsumsi keluarga**.
- GO-FOOD tidak lagi sekedar jasa yang digunakan untuk lifestyle individual, namun juga untuk keluarga. **35%** pengguna GO-FOOD mencapai **biaya pemesanan sebesar Rp 50-100 ribu**, dengan rata-rata pribadi **Rp 100-200 ribu** dan rata-rata keluarga **Rp 100-200 ribu**.



- Hampir **90%** pengguna GO-FOOD memesan dari rumah makan yang merupakan usaha rumahan atau **UMKM**.
- GO-SEND menjadi pilihan utama bagi konsumen untuk layanan pengiriman barang. Survei menunjukkan bahwa keputusan membeli barang dipengaruhi oleh ada atau tidaknya layanan GO-SEND (**63%**).
- Pengguna **tetap memilih atau mempertimbangkan untuk memilih GO-SEND** bahkan ketika ada jasa serupa lainnya yang menawarkan harga yang sama (**94%**).

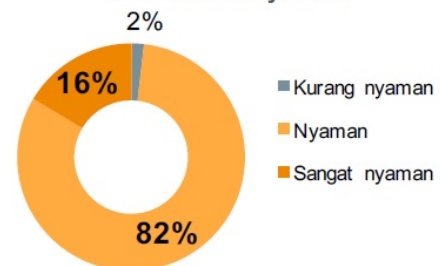
Mayoritas konsumen GO-JEK merasa puas, aman, dan nyaman menggunakan layanan GO-JEK

Seberapa puas dengan layanan GO-JEK



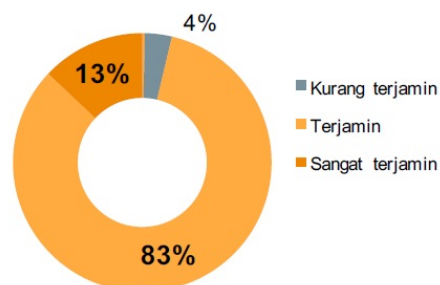
99% konsumen merasa puas menggunakan GO-JEK

Secara umum, sebagai konsumen GO-JEK apakah anda merasa nyaman?



98% konsumen merasa nyaman menggunakan GO-JEK

Sebagai konsumen GO-JEK apakah anda merasa keamanan anda terjamin?



96% konsumen merasa aman menggunakan GO-JEK



89% pengguna memilih memberikan bintang 5 kepada mitra GO-JEK



90% konsumen merasakan dampak positif dari keberadaan GO-JEK dan **77%** merasa menjadi lebih *melek* digital sejak menjadi pengguna.



50% pengguna memilih memberikan bintang 4 kepada mitra GO-JEK



80% konsumen merasa bahwa pelarangan terhadap operasi GO-JEK akan menimbulkan dampak buruk.

- Selesai -