

Pengaruh Inovasi Ojek Menjadi Ojek *Online* Pada Ekonomi Kreatif Di Era Revolusi Industri 4.0 (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Tasikmalaya)

Dhara Ayu Crystrie¹, Syarifa Adhianur²
Universitas Siliwangi¹²

Keywords:

Inovasi;
Ojek Online;
Ekonomi Kreatif;
Revolusi industri 4.0.

Correspondensi Author

Ekonomi Kreatif,
Universitas Siliwangi
Email:
202165119@student.unsil.ac.id

History Artikel

Received: 2022-06-11

Reviewed: 2022-06-12

Revised: 2022-06-17

Accepted: 2022-06-20

Published: 2022-06-25

Abstract: *The development of increasingly sophisticated technology has an impact on changes in human activities and patterns of life. Everything that is based on advanced technology and automation makes it a comfort for humans to fulfill their daily needs. As technology develops, science also develops and thus can give birth to superior human resources which can create innovations in the creative economy. Such as the emergence of new innovations in the field of transportation in the form of online motorcycle taxis. The presence of online motorcycle taxis is enough to attract people to use them, because online motorcycle taxis provide many conveniences for carrying out their activities. The presence of this online motorcycle taxi provides many offers other than delivery services, providing other services that are more practical, effective and efficient, so that they can attract consumer interest. This form of online motorcycle taxi innovation comes with several companies that have their own characteristics both in terms of service or creativity of these companies. This research was conducted using a quantitative method with a descriptive approach, with a survey method for users or customers with online motorcycle taxis such as Gojek, Grab and Maxim. The results of this study indicate that the influence of motorcycle taxi innovation being an online motorcycle taxi on the creative economy in the 4.0 revolution era has an impact on society, especially the people of Tasikmalaya.*

Abstrak: Perkembangan teknologi yang semakin canggih memberikan dampak perubahan pada aktivitas dan pola hidup manusia. Segala sesuatu yang berbasis teknologi kecanggihan dan otomatisasi menjadikan suatu kenyamanan bagi manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Teknologi berkembang, ilmu pengetahuan juga ikut berkembang dengan demikian dapat melahirkan sumber daya manusia yang unggul, yang dapat menciptakan inovasi dalam ekonomi kreatif. Seperti munculnya inovasi baru pada bidang transportasi berupa ojek online. Kehadiran ojek online ini cukup menarik minat masyarakat untuk menggunakannya, karena dengan adanya ojek online memberikan banyak kemudahan untuk menjalankan aktivitasnya. Kehadiran ojek online ini memberikan banyak penawaran selain jasa antar, memberikan pelayanan lainnya yang lebih praktis, efektif dan efisien, sehingga bisa menarik minat konsumen. Bentuk inovasi ojek online ini hadir dengan beberapa perusahaan yang memiliki ciri sendiri baik

dalam pelayanan atau kekreativitasan dari perusahaan tersebut. Penelitian ini dilakukan menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dengan metode survey kepada pengguna atau pelanggadengan ojek online seperti Gojek, Grab dan Maxim. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Pengaruh Inovasi Ojek Menjadi Ojek online pada ekonomi kreatif di era revolusi 4.0 ini memiliki dampak bagi masyarakat khususnya masyarakat Tasikmalaya.

Pendahuluan

Kebutuhan manusia yang selalu bertambah dari waktu ke waktu, selain manusia berusaha untuk memenuhi kebutuhan tetapi manusia juga berusaha untuk mempermudah semua aktivitasnya, seiring dengan masalah yang semakin bertambah manusia pun mencari jalan keluar dari masalah yang dihadapi dengan tujuan ingin mendapatkan kemudahan dan kenyamanan, perkembangan teknologi terjadi karena seseorang menggunakan akal dan pikirannya untuk menyelesaikan setiap masalah yang terjadi, karena itulah perkembangan teknologi tidak bisa di hindari dalam kehidupan karena dan terus berjalan sesuai dengan kemajuan ilmu pengetahuan. Manfaat dari adanya perkembangan teknologi ini tidak hanya untuk mempermudah kehidupan namun untuk menunjukkan daya saing masyarakat Indonesia dengan negara lain karena dengan penggunaan dan perkembangan teknologi Indonesia bisa meningkatkan sumber daya manusianya.

Perkembangan teknologi tentunya tidak terlepas dari yang namanya gadget dan internet, dengan adanya gadget dan internet semua menjadi efektif dan efisien. Dengan penggunaan gadget yang melonjak terutama di Indonesia karena Indonesia sendiri tercatat pada tahun 2021 merupakan negara ke-4 di dunia dengan pengguna internet sebesar 73,7% dari total populasi atau jumlah pengguna 202,6 juta pengguna (Sasmita Susanto, 2022). Hal tersebut menyebabkan banyak industri yang berusaha untuk membuat produk berbasis teknologi.

Indonesia termasuk pengguna gadget yang tinggi namun tidak semua kegiatan formal bisa di lakukan melalui gadget masih banyak pekerjaan maupun hal lainnya yang diharuskan untuk datang langsung ketempat sehingga penggunaan kendaraan di jalan semakin padat yang membuat permasalahan negara Indonesia bertambah yaitu kemacetan yang diakibatkan kendaraan pribadi terutama di Ibukota Jakarta tidak hanya itu kota kota besar lainnya khususnya di daerah Jawa Barat sering sekali terjadi kemacetan, hal tersebut dikarenakan penyebaran transportasi umum yang tidak merata dan juga kendaraan umum seperti bus tidak akan sampai mengantarkan kedepan tempat tujuan karena bus memiliki rute tersendiri adapun ojek pangkalan yang bisa mengantar sampai kedepan tempat tujuan namun sekarang sulit ditemukan karena kecemasan masyarakat tentang keamanan dan kenyamanan yang tetap tidak memilih ojek sebagai transportasinya, sehingga saat ini masyarakat yang memilih untuk berpergian menggunakan kendaraan pribadi yang tentunya pasti memberikan kenyamanan. dengan begitu banyak perusahaan yang bersaing untuk membuat produk kreatif yang dapat memecahkan masalah dalam bertransportasi.

Perkembangan IPTEK tentunya banyak menggeser pada perilaku hidup manusia, banyak pembaharuan dan kecanggihan yang diciptakan, saat ini Indonesia yang telah masuk era revolusi 4.0 yang dimana perkembangan teknologi berdampingan dengan segala aspek termasuk aspek bisnis, masyarakat yang dominan menggunakan gadget dalam kehidupan sehari-harinya memungkinkan bisnis *Online* dapat memberikan dampak positif bagi para kaum industri dan juga memberikan kemudahan kepada masyarakat dalam penggunaannya.

Inovasi pada industri transportasi umum merupakan salah satu pembaharuan yang hadir dari perkembangan dan pertumbuhan teknologi, yang bertujuan untuk mempermudah aktivitas manusia. Ojek *Online* ini hadir memberikan kemudahan dan kenyamanan juga memberikan warna baru pada industri kreatif yang bergerak pada bidang transportasi, yang awal mulanya hanya bisa di cari dan dijangkau secara konvensional namun sekarang sudah bisa diakses secara *Online* tanpa memakan waktu dan dapat dicari ketersediaannya dimana saja. Kehadiran Aplikasi ojek *Online* menjadi solusi meskipun banyak pertimbangan pertimbangan masyarakat seperti keamanan, kenyamanan, sampai kepada penghasilan para *driver* tidak jarang masyarakat yang memberikan uang tip sebagai tambahan yang di berikan konsumen dari harga yang telah dibayarkan. Perubahan-perubahan orientasi ekonomi yang dari tahun ketahun membaik, yang dibarengi dengan inovasi dan kreatifitas tentunya penyerapan sumber daya manusia yang diutamakan sehingga pengangguran menjadi

berkurang, yang menunjukkan bahwa peran aktor *triple helix* yang berisikan pemerintah, perusahaan dan masyarakat saling berhubungan satu sama lain. Kemunculan perusahaan baru yang berbasis kreatifitas tentunya sangat berdampak pada berbagai aspek, seperti pada produk domestik bruto (PDB), Penciptaan lapangan kerja, meningkatkan iklim bisnis, berdampak pada aspek sosial dan terhadap sektor lainnya (Suryana, 2013)

Ekonomi kreatif yang disebut dengan gelombang ekonomi baru yang hadir atas dasar ide dan gagasan manusia, ekonomi kreatif ini tidak mengandalkan lagi sumberdaya alam, karena sumberdaya alam akan mengalami kelangkaan dan kepunahan. Sedangkan ekonomi kreatif tidak akan pernah habis, akan terus mengalami kebaruan dan menyesuaikan dengan perkembangan zaman yang dihasilkan dari pemikiran kreatif manusia. Pemikiran kreatif manusia selalu memunculkan ide-ide yang bisa memberikan kemudahan dan kebermanfaatannya bagi masyarakat luas. Kreativitas manusia tidak terlepas dari inovasi, keduanya saling berkaitan dimana kreatif merupakan kemampuan untuk memunculkan atau menciptakan sesuatu yang baru dan unik, begitu juga dengan inovasi yaitu suatu usaha untuk menghasilkan ide baru untuk mewujudkan ide-ide kreatifitas, dengan demikian antara kreativitas dan inovasi tidak bisa dipisahkan. Seperti kehadiran Ojek *Online* yang merupakan buah pikiran dari ide kreatif manusia dan bentuk inovasi atas sesuatu yang sudah ada.

Tasikmalaya merupakan salah satu kota padat dengan penduduk yang tercatat oleh Badan Pusat Statistika Kota Tasikmalaya per 2020 sebanyak 663.986 dan per 2021 sebanyak 723.921 jiwa dengan pertumbuhan penduduk yang sangat cepat dari tahun ke tahun maka secara tidak langsung mengakibatkan diharuskannya peluang kerja ataupun bisnis yang lebih banyak dan lebih luas untuk mengurangi tingkat pengangguran (Sri Mulyani et al., 2021). Maka dari itu berdasarkan uraian tersebut penulis tertarik untuk mengkaji lebih dalam dengan judul Pengaruh Inovasi Ojek Menjadi Ojek *Online* Pada Ekonomi Kreatif di Era Revolusi Industri 4.0.

Metode

Metode Penelitian adalah salah satu perangkat yang berperan dalam kelancaran dan keberhasilan suatu penelitian, Metode penelitian menurut Sugiyono (2013:2) dalam artikel metodeologi penelitian (Syahfutra et al., 2020) Metode Penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Penelitian ini berfokus pada pengguna ojek online sumber data didapat dari lapangan melalui penyebaran kuisioner yang berisikan pertanyaan sesuai dengan judul penelitian, adapun teknik pengumpulan data berupa *judgement sampling* yang dimana responden yang dipilih merupakan seseorang yang bersedia mengisi kuisioner dan memenuhi kriteria yang dibutuhkan peneliti, responden yang dipilih merupakan 30 sampel masyarakat dengan kisaran umur 18 sampai 21 tahun yang merupakan pengguna ojek online atau pernah menggunakan ojek online.

Penelitian dilakukan dengan pendekatan deskriptif kuantitatif, penelitian kuantitatif ini dibuat secara sistematis, terencana dan terstruktur dengan menggunakan sampel tertentu secara acak memberikan hasil dalam bentuk angka dengan tujuan untuk mendapatkan jawaban dari penelitian yang telah dilakukan (Unaradjan, dolo et, 2019) kemudian pendekatan deskriptif yang dimaksud adalah mendeskripsikan data hasil penelitian yang sudah didapatkan (Soendari, 2012)

Ruang lingkup dalam penelitian ini mengambil *sampling* dari masyarakat yang merupakan pengguna ojek online, yang memilih transportasi umum untuk melakukan aktivitas sehari-hari. Peneliti memilih pengguna ojek online sebagai responden bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh inovasi ojek menjadi gojek pada ekonomi kreatif di era Revolusi Industri 4.0 Teknik pengumpulan data menggunakan survey melalui penyebaran kuisioner secara online menurut (Syaodih, 2010) survei digunakan untuk mengumpulkan informasi berisikan pendapat / opini seseorang, opini tersebut yang akan membantu peneliti untuk mengetahui jawaban dari hipotesis yang ada, sedangkan untuk kuisioner merupakan teknik pengumpulan data yang berisikan pertanyaan-pertanyaan yang harus diisi oleh responden untuk mendapatkan jawaban yang akan digunakan untuk mendapatkan hasil penelitian (Hamdi & Bahruddin, 2015)

Pada kuisioner ini terdapat pertanyaan dan pilihan jawaban yang telah disediakan sehingga responden hanya memilih jawaban sesuai dengan tanggapan berdasarkan persepsi responden, dengan teknik analisis data yang digunakan berpusat pada hasil dari data survei yang kemudian dianalisis dan dikaji sehingga dari hasil data tersebut kemudian data hasil survei dibuat tabel yang terdapat ukuran presentase dari hasil survei yang kemudian dijelaskan secara deskriptif agar dapat ditarik simpulan.

Hasil Dan Pembahasan

Pesatnya perkembangan teknologi rupanya membawa perubahan pada kualitas Sumber Daya Manusia

menjadi lebih unggul, sehingga manusia bisa menciptakan ide-ide cemerlang dan berinovasi sebagai upaya untuk memenuhi kebutuhan dan mempermudah aktivitasnya. Selain itu juga dapat mengubah pola hidup manusia, segala aspek kehidupan berbasis teknologi dan segala sesuatunya sudah bisa dijamah melalui teknologi. Namun tetap meskipun teknologi sudah canggih namun tidak semuanya bisa didigitalisasikan, ada aktivitas dan kebutuhan yang mengharuskan manusia untuk melakukan mobilitas menggunakan transportasi untuk melakukan kegiatan tertentu atau memenuhi kebutuhan tertentu yang secara sosial gaya hidupnya sudah terbiasa dengan kecepatan, otomatisasi berbasis teknologi.

Inovasi Ojek *Online* merupakan suatu fasilitas wujud implementasi dari perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi pada revolusi Industri 4.0 ini. Ojek *Online* ini memberikan penawaran jasa yang bergerak pada bidang transportasi, dengan memanfaatkan teknologi untuk mempermudah dalam pengaksesan. Kehadiran Ojek *Online* ini tentunya akan menarik minat masyarakat, karena penggunaannya yang mudah dan dapat di akses pada Android dan IOS. Keadaan Revolusi Industri 4.0 saat ini khususnya di Indonesia memiliki tujuan untuk mendorong perekonomian Indonesia kedalam 10 besar dunia di tahun 2030. Perkembangan industri 4.0 ini juga sangat di dukung oleh menteri perindustrian. Dengan adanya inovasi dari perindustrian transportasi, turut ikut membangun perekonomian negara dengan memberikan tambahan pendapatan. Inovasi Ojek *Online* ini hadir ditengah derasnya kecanggihannya teknologi, hal ini tidak dapat dipungkiri kecanggihannya teknologi berdampingan dengan penggunaan internet, untuk mengakses aplikasi ojek *Online* membutuhkan akses internet. Pengguna internet di Indonesia mencapai 205 juta pengguna per Januari 2022, hal tersebut menjadi salah satu faktor pendukung juga dalam pertumbuhan ekonomi, karena dengan banyaknya pengguna internet, memungkinkan juga banyaknya akses aplikasi ojek *Online*.

Tabel 1: Karakteristik responden

Jumlah Responden	Umur	Jumlah
30 orang	18 tahun	3,3%
	19 tahun	39,9%
	20 tahun	46,7%
	21 tahun	10%

Tabel 2: Karakteristik responden

Pengguna Ojek online	Aplikasi yang digunakan	Jumlah
96,7%	Gojek	53,3%
	Grab	16,7%
	Maxim	26,7%

Berdasarkan data yang diperoleh bahwa pengguna ojek online dari umur 18 tahun sampai 21 tahun sebanyak 96,7% merupakan pengguna ojek online di daerah Tasikmalaya dan pengguna terbanyak merupakan masyarakat berumur 20 tahun dengan jumlah 46,7% dari total responden dengan hasil olahan tersebut maka masyarakat Tasikmalaya sering menggunakan ojek online untuk berkendara. Adapun aplikasi yang banyak digunakan adalah gojek sebanyak 53,3% dan pengguna paling rendah adalah grab dengan total 16,7% dari total responden hal ini sejalan karena aplikasi GO-JEK sendiri memiliki jumlah penginstal aplikasi sebanyak 190 juta + dengan ulasan bintang 4,5 dari 5,0 dengan rating 3+.

Berarti aplikasi ini telah memberikan kepuasan dan kenyamanan kepada pelanggan. GO-JEK sudah memiliki mitra *Driver* sebanyak 2 juta + *driver*. Aplikasi Ojek *Online* ini tidak hanya menawarkan jasa antar saja melainkan menawarkan pula jasa membeli makanan atau istilahnya Gofood. GO-JEK sudah memiliki mitra sebanyak 900.000+ pada mitra Gofood, berdasarkan data per 2021. Untuk aplikasi Grab pada play store mendapatkan ulasan bintang 4,3 dari 5,0 dengan rating 3+. Aplikasi Grab ini sudah ada 10 juta yang mengunduh aplikasi ini terhitung sejak 2012 berdiri sampai dengan sekarang. Grab sendiri memiliki mitra sebanyak 5 juta mitra yang tersebar di 500 kota termasuk BrabBike, *GrabFood* dan lain-lain. Kemudian untuk aplikasi Maxim, aplikasi ini sudah berdiri sejak 15 tahun yang lalu dengan taraf internasional, dan pada tahun 2018 awal mula kemunculan Maxim di Indonesia. Kemudian untuk saat ini berdasarkan sumber per tahun 2019 maxim sudah beroperasi di 11 kota di Indonesia. Sama halnya dengan aplikasi Ojek *Online* lainnya Maxim juga menawarkan jasa selain mengantarkan penumpang ke tempat tujuan. Aplikasi ini pada *play store* mendapatkan ulasan bintang 4,8 dengan rating 3+.

Dengan kehadiran Ojek *Online* ini tentu setiap tahunnya, untuk aplikasi GO-JEK saja mengalami peningkatan sejak berdirinya GO-JEK terhitung sejak 2010 berdiri sampai tahun 2020 sudah mengalami peningkatan pengunduh sebanyak 2.448 kali lipat, dan kini sudah mencapai 100 juta pengunduh. Begitu juga dengan Aplikasi Grab mengalami peningkatan di setiap tahunnya. Untuk aplikasi Maxim sendiri berdasarkan data yang di dapatkan pada laman Maxim ini mengalami pertumbuhan pengguna dari 10.000 pengguna menjadi 500.000 pengguna. Penggunaan aplikasi ini 31 kali lebih banyak dari awal peluncuran, sampa setiap bulannya mengalami peningkatan. Hingga saat ini ahun 2022 aplikasi Maxim ini sudah diunduh oleh 10 juta pengguna.

Dalam hal penghasilan Ojek *Online* sudah cukup untuk memenuhi kebutuhan dan penghasilan sudah diatas UMR. Karena untuk penghasilan *driver* itu sendiri di persentasekan untuk dibagi dengan perusahaan. Selain penghasilan riil yang diterima dari penumpang, yang dihitung dengan per Km jarak tempuh, *driver* juga akan mendapatkan poin yang ditawarkan oleh aplikasi sebagai tambahan pendapatan harian. Contoh untuk tambahan poin yang berpengaruh pada bonus dari aplikasi ketika *driver* mampu menyelesaikan orderan dengan poin yang sudah ditentukan. Misalnya untuk poin 12 jika di kalkulasikan pada rupiah sebesar Rp 10.000, 30 poin mendapatkan Rp 70.000. Poin-poin tersebut dikumpulkan dari orderan misal *Gofood* 2 poin, *GoSend* 1 poin, artinya ketika *driver* menyelesaikan orderan *Gofood* di hari itu maka akan mendapatkan 2 poin dan begitu seterusnya digabungkan dengan poin yang lainnya, serta pendapatan jarak tempuhnya berdasarkan sumber pada GO-JEK Per Tahun 2019.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis ingin fokus meneliti kepada konsumen tentang kehadiran inovasi Ojek *Online* ini, untuk mengetahui bagaimana kehadiran ojek *Online* pada ekonomi kreatif yang dirasakan oleh konsumen. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh inovasi Ojek menjadi Ojek *Online* pada Ekonomi Kreatif di Era Revolusi Industri 4.0.

Tabel 2: Alasan Penggunaan Ojek Online

No.	Alasan Penggunaan	Ya	Tidak
1	Keamanan dan kenyamanan	93,3 %	6,7%
2	Kemudahan penggunaan	100%	0%
3	Tarif yang terjangkau	86,7%	13,3%

Berdasarkan hasil analisis data yang diperoleh menunjukkan alasan dari penggunaan ojek *online*, dari 30 orang responden 93,9% merasakan keamanan dan kenyamanan menggunakan ojek *online*. Sedangkan 6,7% tidak merasa aman dan nyaman dalam penggunaan ojek *online* ini. Dari data tersebut sudah dapat dilihat bahwa kehadiran ojek *online* memberikan kenyamanan baru, konsumen tidak perlu lagi pergi ke pangkalan ojek untuk mencari ojek yang belum pasti tersedia, tidak perlu khawatir mencari ojek di daerah lain, karena dengan adanya aplikasi ini bisa menjangkau ojek di berbagai daerah. Selain itu juga pada ojek *online* menawarkan jasa lain yang menambah kenyamanan konsumen, seperti menerima jasa pesan antar makanan, jasa berbelanja ke super market, mengantri obat di Rumah Sakit, dan lain-lain. Hal ini bisa membantu sebagian orang yang mempunyai kesibukan, yang tidak mempunyai waktu untuk melakukan hal tersebut. Penawaran yang diberikan baik potongan tarif ongkos, potongan harga makanan, chasback pembelian dan penawaran lainnya semakin memberikan kenyamanan kepada pengguna aplikasi untuk terus berlangganan dengan ojek *online*. Selain kenyamanan yang diberikan, tentu ojek *online* juga memberikan jaminan keamanan dengan berbasis digital, ini akan memberikan kemudahan ketika terjadi suatu hal, karena jejak digital dapat dilacak.

Aplikasi ojek *online* memberikan keamanan kepada konsumen dengan memberikan fitur penyamaran nomor telepon, intervensi pesan dan tombol darurat yang langsung terhubung kepada unit darurat dengan tujuan untuk memberikan perlindungan kepada konsumen. Selain memberikan jaminan bagi konsumen aplikasi ojek *online* juga memberikan jaminan keamanan bagi mitra yaitu *driver* baik dalam pengembalian saldo kepada konsumen atau memberikan asuransi ketika terjadi hal yang tidak diinginkan. Beberapa hal tersebut yang diberikan oleh ojek *online* sebagai upaya mempertahankan kenyamanan dan keamanan untuk meminimalisir kejahatan dalam aplikasi bagi seluruh penggunanya.

Dalam menggunakan aplikasi ojek *online* dari 30 responden 100% memberikan jawaban mudah dalam penggunaan aplikasi. Aplikasi ojek *online* yang hadir memang memebrikan fitur-fitur yang mudah untuk digunakan dan mudah dipahami. Begitu pula dominan pengguna aplikasi ojek *online* merupakan generasi z dimana generasi z ini sangat mudah untuk beradaptasi dengan kecanggihan teknologi karena sejak lahir sudah hidup dan tumbuh berdampingan dengan teknologi. Meskipun ada beebbrapa aplikasi ojek oline dan hadir dengan

fitur yang berbeda namun dalam fungsi dan kegunaannya masih sama, hanya saja yang membedakannya dalam *design* dan ciri dari masing-masing aplikasi. Setiap fitur yang diberikan memudahkan konsumen dalam penggunaan dan pemenuhan kebutuhan. Hal tersebut diketahui dari penelitian yang dilakukan (Kartika, 2020) hal tersebut menunjukkan bahwa dalam menggunakan aplikasi ojek online dengan berbagai fitur yang tersedia pengguna merasa mudah dalam menggunakannya.

Pada saat ini jasa transportasi sangat dibutuhkan untuk menunjang aktivitas sehari-hari. Setiap transportasi memiliki tarif yang berbeda, pada ojek *online* sendiri berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan 86,7% konsumen merasa bahwa tarif yang diberikan ojek *online* masih terjangkau dan 13,3% merasa tarif yang diberikan tidak terjangkau. Tarif ini ditentukan oleh aplikasi berdasarkan jarak yang ditempuh dan adanya transparansi antara konsumen dengan *driver*. Pada ojek *online* juga aplikasi sering memberikan potongan ongkos sehingga harganya lebih murah dibandingkan dengan ongkos ojek konvensional, sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Watung et al., 2020) menunjukkan bahwa tarif yang diberikan oleh ojek *online* lebih murah dibandingkan dengan ojek konvensional, dan didukung dengan kredibilitas dari ojek *online* sehingga bisa menarik konsumen dengan tarif yang terjangkau dalam penggunaan ojek *online* tersebut.

Tabel 3: Dampak dari kehadiran ojek online

No.	Alasan Penggunaan	Ya	Tidak
1	Memberikan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto	93,3 %	6,7%
2	Pengurangan tingkat pengangguran	93,3%	6,7%

Perusahaan yang bisa disebut kedalam ekonomi kreatif adalah perusahaan yang mampu bisa memberikan kontribusi terhadap perekonomian negara, terlihat dari gambar diatas yang mana 93,3% setuju bahwa perusahaan ojek online sudah berkontribusi terhadap perekonomian negara khususnya peningkatan produk domestik bruto, karena dengan adanya aplikasi ojek online masyarakat yang menganggur bisa mendapatkan pekerjaan dan mendapatkan penghasilan untuk memenuhi kebutuhannya, ditambah ada beberapa pelanggan ojek online yang memberikan uang tambahan kepada pengemudi ojek online dengan begitu penghasilan mereka bisa mencukupi kebutuhannya.

Pengurangan tingkat pengangguranpun terjadi karena lapangan pekerjaan yang bertambah, 93,3% responden setuju dengan hal itu dilihat dari umur *driver* semuanya merupakan usia produktif untuk bekerja, dengan adanya ojek online kesempatan bekerja menjadi meningkat yang membuat masyarakat yang berada di umur produktif untuk bekerja menjadi memiliki kesempatan untuk bekerja sehingga tingkat kemiskinan menjadi menurun.

Dengan adanya peningkatan pada produk domestik bruto dan pengurangan tingkat pengangguran yang menyebabkan tingkat kemiskinan menjadi menurun maka akan muncul kesejahteraan masyarakat yang menyebabkan negara akan dianggap menjadi negara maju, maka dari itu pengaruh dari perubahan ojek konvensional menjadi ojek online dapat berkontribusi kepada negara dengan begitu ini sejalan dengan tujuan ekonomi kreatif yang memiliki tujuan agar bisa berdampak positif terhadap perekonomian negara khususnya negara Indonesia yang sedang berada di era revolusi industri 4.0 .

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Ian Alfian et al., 2019) dengan adanya transportasi online sangat berpengaruh terhadap kesempatan kerja dan kesejahteraan masyarakat karena dengan adanya transportasi berbasis online menjadikan masyarakat memilih untuk bekerja menjadi *driver* hal ini dapat dilihat dari banyaknya pengemudi yang terlihat hampir di seluruh daerah.

Tabel 4. Kesiapan ojek online sebagai perusahaan kreatif di era revolusi 4.0

No.	Pandangan Responden	Ya	Tidak
1	Ojek online siap bersaing dengan industrilainnya	82,5%	16,5%

Perusahaan dengan berbasis ekonomi kreatif tentunya harus selalu berinovasi sesuai dengan kebutuhan yang dibutuhkan masyarakat dan juga lingkungan ditambah dengan negara Indonesia yang sudah memasuki era revolusi industri 4.0 yang dimana perusahaan harus mampu memberikan produk yang bisa berdampak dengan adanya teknologi. Sebanyak 82,5% setuju dengan adanya perusahaan ojek online yang mampu bersaing di era revolusi industri 4.0 adapun beberapa pembaruan yang dapat dilakukan agar ojek online

semakin di gemari masyarakat yaitu dengan melakukan pembaruan seperti lebih menjaga privasi konsumen hal ini sangat penting karena dilihat dari lapangan masih banyak pengemudi ojek online yang dengan sengaja menyimpan nomor ponsel konsumen dengan alasan pribadi dan hal ini membuat beberapa konsumen menjadi tidak nyaman. Selain itu pelayanan pengemudi yang di tingkatkan seperti sopan santun dan keramahan perusahaan ojek online sebaiknya lebih selektif dalam penerimaan pengemudi, promosi juga sangat penting bagi konsumen seperti pengurangan biaya yang berupa potongan ataupun diskon sehingga konsumen lebih tertarik untuk menggunakan produk tersebut. Bisnis berbasis kreatif tidak bisa dijauhkan dari ide dan kreatifitas maka dari itu ojek online juga perlu adanya pembaruan fitur-fitur dalam aplikasi agar lebih nyaman dan mudah digunakan.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Anwar, 2019) ketika perusahaan telah memanfaatkan teknologi digital dalam melakukan bisnisnya maka mereka yang paling dapat menangkap peluang usaha untuk masa depan dan perusahaan ojek online sudah menggunakan teknologi dalam bisnisnya maka sudah dipastikan dapat bersaing dengan industri lain di era revolusi industri 4.0.

Simpulan Dan Saran

Kesimpulan

Sesuai dengan analisis yang dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Inovasi ojek menjadi ojek online pada ekonomi kreatif memiliki pengaruh di masyarakat diantaranya:

1. Inovasi ojek konvensional menjadi ojek online sangat berpengaruh pada masyarakat Tasikmalaya karena ojek online menjadi alat transportasi yang cocok di gunakan di kota Tasikmalaya karena bisa mengurangi kemacetan dan memberikan kenyamanan dan kemudahan kepada penumpang.
2. Penggunaan aplikasi ojek online menyebabkan masyarakat Tasikmalaya lebih sering menggunakan kendaraan umum sebab aplikasi gojek online tidak hanya menyediakan kemudahan tetapi memberikan efisiensi waktu.
3. Kehadiran ojek online memberikan kontribusi pada perekonomian negara yaitu menambah pendapatan masyarakat sehingga produk domestik bruto meningkat memperluas kesempatan kerja sehingga mengurangi pengangguran yang menimbulkan angka kemiskinan menurun dan tingkat kesejahteraan masyarakat meningkat.
4. Hadirnya perusahaan kreatif ojek online sudah bisa bersaing dengan perusahaan lainnya di era revolusi industri 4.0 meskipun begitu setiap waktu harus memiliki perubahan agar masyarakat lebih tertarik untuk menggunakannya baik sebagai penumpang ataupun sebagai pengemudi.

Saran

Berdasarkan simpulan yang di dapat dan pembahasan yang telah dilakukan, maka peneliti menyampaikan saran.

1. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan menggunakan metode penelitian kuantitatif dalam melakukan penelitian yang serupa.
2. Bagi penyedia jasa transportasi *online* agar tetap bisa mempertahankan dan meningkatkan kinerja dalam pelayanan kepada konsumen agar tidak terjadi penurunan permintaan.
3. Bagi penyedia jasa transportasi konvensional di era modern ini disarankan untuk mengikuti perkembangan zaman agar bisa tetap eksis ditengah hadirnya ekonomi kreatif.
4. Bagi masyarakat luas, diharapkan penelitian ini dapat meningkatkan kesadaran akan pentingnya menggunakan transportasi umum guna mengurangi kemacetan dan ikut serta dalam memajukan perekonomian negara.

Daftar Rujukan

- Antara, M., & Yogantari, M. V. (2018). Keragaman Budaya Indonesia Sumber Inovasi Industri Kreatif. *Senada*, 1, 292–301.
- Anwar, S. (2019). Revolusi Industri 4.0 islam dalam merespon tantangan teknologi digitalisasi. *Diakronika*, 18(1), 17–28. <http://diakronika.ppj.unp.ac.id/index.php/diakronika/article/view/18/7>
- Ghufro, M. (2018). Revolusi Industri 4.0: Tantangan, Peluang, Dan Solusi Bagi Dunia Pendidikan. *Seminar Nasional Dan Diskusi Panel Multidisiplin Hasil Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat 2018*, 1(1), 332–337.
- Hamdi, A. S., & Bahrudin, E. (2015). Metode Kuantitatif Aplikasi Dalam pendidikan. *Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi Dalam Pendidikan*, 179. <https://books.google.co.id/books?id=nhwaCgAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false>

- Hartini, S. (2012). Peran Inovasi: Pengembangan Kualitas Produk dan Kinerja Bisnis. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 14(1), 82–88. <https://doi.org/10.9744/jmk.14.1.83-90>
- Ian Alfian, I. A., Sari, E. P., & Yuedrika, T. (2019). Analisis Pengaruh Transportasi Online terhadap Kesempatan Kerja dan Kesejahteraan di Kota Medan. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 4(2), 100–113. <https://doi.org/10.32505/v4i2.1253>
- Kartika, N. E. (2020). Fitur Aplikasi Gojek Favorit Konsumen Pada Saat Pandemi COVID-19 Di Kota Bandung. *Jurnal Communitio : Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi*, 9(2), 1680–1695. <https://doi.org/10.35508/jjikom.v9i2.2922>
- Kusumawati, R. (2010). Pengaruh Karakteristik Pimpinan dan Inovasi Produk Baru Terhadap Kinerja Perusahaan untuk Mencapai Keunggulan Bersaing Berkelanjutan. *AKSES: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 5(9), 53–64. <https://www.publikasiilmiah.unwahas.ac.id/index.php/AKSES/article/view/526/648>
- Pangestu, M. E. (2008). *Pengembangan Industri Kreatif Menuju Visi Ekonomi Kreatif Indonesia 2025*.
- Sasmita Susanto, E. (2022). Sistem Informasi Sarana Dan Prasarana Universitas Teknologi Sumbawa Berbasis Web Menggunakan Metode Spiral. *Jurnal MNEMONIC*, 5(1), 51–56.
- Soendari, T. (2012). Metode Penelitian pendidikan Deskriptif oleh Tjutu Soendari. *Metode Penelitian Deskriptif*, 2(2), 15–23.
- Sri Mulyani, E. D., Sahrin, A. M., Pratama, D. R., Puspitasari, D. R., Pamungkas, E. S., Rahman, L. F., & Ali, M. (2021). Estimasi Pertumbuhan Penduduk Di Kabupaten Tasikmalaya Menggunakan Metode Regresi Linear Berganda. *Infosys (Information System) Journal*, 6(1), 1. <https://doi.org/10.22303/infosys.6.1.2021.1-11>
- Sundari, C. (2019). Revolusi Industri 4.0 Merupakan Peluang Dan Tantangan Bisnis Bagi Generasi Milenial Di Indonesia. *Prosiding SEMINAR NASIONAL DAN CALL FOR PAPERS, Fintech dan E-Commerce untuk Mendorong Pertumbuhan UMKM dan Industri Kreatif*, 555–563.
- Suryana. (2013). *EKONOMI KREATIF EKONOMI BARU : Mengubah dan Menciptakan Peluang*.
- Syahfutra, W., Ramadhan, S., & Akhyar, Y. (2020). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. 1–74.
- Syaodih. (2010). *Metodologi penelitian pendidikan*. Rosda Karya.
- Tutuko, P., David, R., & Sonalitha, E. (2016). Transformasi Ojek Tradisional ke Ojek Online. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 76–79.
- Unaradjan, dolet, dominikus. (2019). *metode penelitian kuantitatif*. 110. https://www.google.co.id/books/edition/Metode_Penelitian_Kuantitatif/DEugDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=metode+penelitian&printsec=frontcover
- Watung, Debby Ch Rotinsulu, & Tumangkeng, S. Y. L. (2020). Analisis Perbandingan Pendapatan Ojek Konvensional Dan Ojek Online Di Kota Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 20(03), 126–139. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jbie/article/view/30946>