

ANALISA KEPUASAN MASYARAKAT DALAM PENGGUNAAN APLIKASI GOJEK UNTUK AKTIVITAS SEHARI-HARI

Tiara Rosa Maharani ^{*1}

Rafli Amadhan ²

M. Zaki Aulia Nasution ³

^{1,2,3} Akuntansi, Universitas Muhammadiyah Riau

*e-mail : tiararosamaharani@gmail.com

Abstrak

Dalam beberapa tahun terakhir, perangkat lunak berbasis online berkembang sangat pesat, menawarkan berbagai solusi inovatif yang membantu masyarakat melengkapi kebutuhan di bermacam-macam segi kehidupan. Salah satu aplikasi yang memiliki peran besar dalam perubahan ini adalah Gojek. Aplikasi Gojek telah mengubah cara masyarakat Indonesia menjalani aktivitas sehari-hari dengan menyediakan berbagai layanan yang praktis dan efisien. Penelitian ini memiliki tujuan untuk menilai sejauh mana Masyarakat merasakan kepuasan dalam menggunakan aplikasi Gojek dalam memenuhi kebutuhan mereka. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa aplikasi Gojek mampu memberikan tingkat kepuasan yang tinggi bagi penggunanya, terutama pada aspek kemudahan penggunaan, kualitas layanan, harga yang terjangkau, serta nilai tambah yang diberikan. Meski demikian, Gojek masih harus melakukan peningkatan terhadap layanan pelanggan dan memperluas jangkauan layanannya agar dapat memberikan kepuasan yang lebih optimal secara menyeluruh kepada masyarakat.

kata Kunci: Gojek, Kepuasan Pengguna, Pemenuhan Kebutuhan warga

Abstract

In recent years, online-based software has grown rapidly, offering various innovative solutions that help people meet their needs in various aspects of life. One application that has played a major role in this change is Gojek. The Gojek application has changed the way Indonesian people carry out their daily activities by providing various practical and efficient services. This study aims to assess the level of public satisfaction with the use of the Gojek application in meeting their needs. The method used in this study is a quantitative approach. The results of the study show that the Gojek application is able to provide a high level of satisfaction for its users, especially in terms of ease of use, quality of service, affordable prices, and added value provided. However, Gojek still needs to improve customer service and expand its service reach in order to provide more optimal satisfaction to the community as a whole.

Keywords: Gojek Application, User Satisfaction, Fulfilling Daily Needs

PENDAHULUAN

Perkembangan ekonomi saat ini berlangsung sangat pesat, yang menyebabkan munculnya berbagai persaingan baru, terutama di antara beberapa perusahaan yang bergerak di bidang serupa. Transportasi merupakan sarana yang digunakan untuk berpindah dari satu tempat ke tempat lainnya. Pada akhir abad ke-20 hingga abad ke-21, sepeda motor menjadi salah satu pilihan modal transportasi yang populer, khususnya pada negara-negara maju. Di Indonesia, sepeda motor dimanfaatkan oleh masyarakat untuk mengangkut penumpang dan barang, yang dikenal dengan istilah ojek. Seiring waktu, industri ojek berkembang menjadi digital yang sektor layanan ojek online diterima dengan cepat oleh masyarakat, karena menawarkan berbagai jenis layanan yang mampu memenuhi kebutuhan publik di bidang jasa transportasi.

Perangkat lunak yang menggunakan teknologi sudah menjadi bagian yang sangat berguna bagi kehidupan sehari-hari masyarakat di era digitalisasi yang terus berkembang. Salah satunya ialah aplikasi Gojek. Gojek merupakan usaha besar yang turut mendorong pertumbuhan ekonomi

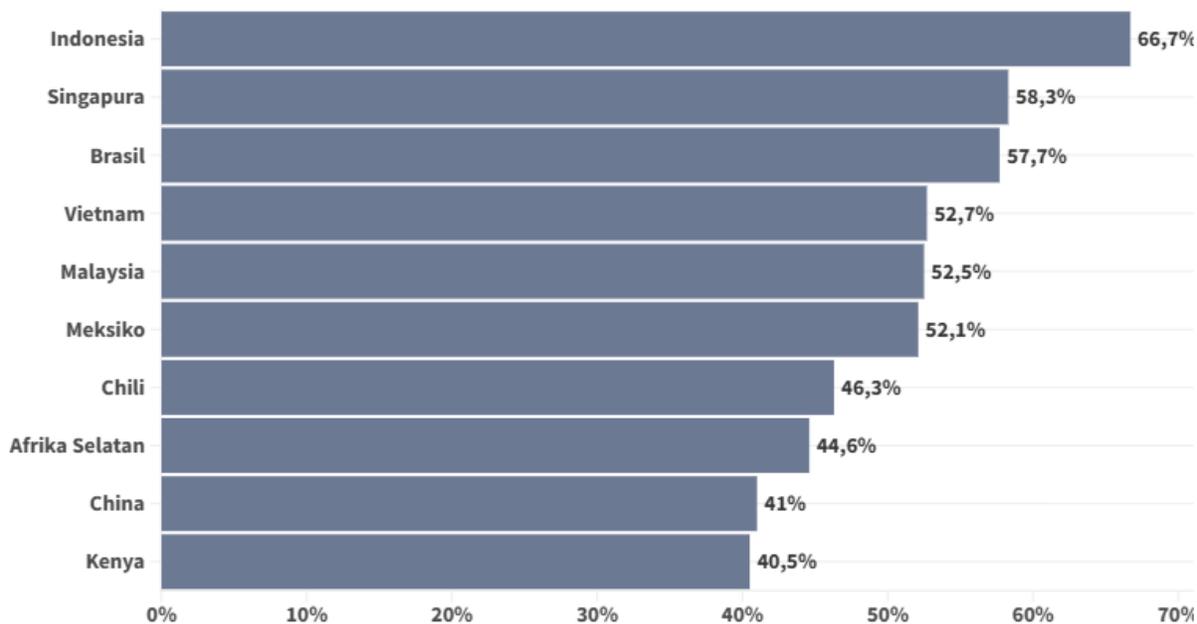
nasional. Pemasaran melalui aplikasi menghadirkan sebuah penyedia layanan online yang pada saat ini telah disukai di kalangan masyarakat. Gojek sudah berkembang menjadi suatu aplikasi yang sangat terkenal dengan bermacam fitur, contohnya layanan transportasi, pengantaran makanan, pembayaran, layanan keuangan, dan lain sebagainya. Dengan menawarkan akses yang mudah dan kenyamanan yang sangat baik, Gojek telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan Masyarakat pada daerah perkotaan di banyak negara, termasuk Indonesia. Melalui Gojek, pelanggan tidak perlu lagi mencari ojek ke pangkalan. Cukup dengan satu kali klik, pengemudi sepeda motor akan datang menjemput mereka untuk berangkat atau pulang. Rasa puas yang dirasakan oleh konsumen sendiri dapat diartikan sebagai perasaan seseorang sesudah membandingkan kinerja (atau hasil) yang dia rasakan dengan harapannya.

Berdasarkan data kuartal IV 2024 dari We Are Social tentang proporsi pengguna internet berusia diatas 16 tahun yang menggunakan layanan transportasi online setiap bulan, Indonesia menempati peringkat teratas dengan 66%, jauh melampaui negara lain. Selanjutnya di peringkat kedua yaitu Singapura (58,3%), diikuti Brazil (57,7%), Vietnam (52,7%), Malaysia (52,5%), dan Meksiko (52,1%) menunjukkan tingkat penggunaan yang relative pada kisaran 52%. Sementara itu, Chili (46,3%), Afrika Selatan (44,6%), Tiongkok (41%) dan Kenya (40,5%). Data tersebut menegaskan bahwa negara-negara di asia Tenggara mendominasi penggunaan layanan transportasi online, sedangkan negara-negara di Afrika Selatan dan Amerika latin cenderung memiliki proporsi pengguna yang lebih rendah dibandingkan dengan negara-negara Asia Tenggara. Berikut tabel perbandingan pengguna transportasi online di 10 negara.

10 Negara Pengguna Transportasi Online Terbanyak

(Kuartal IV 2024)

Berdasarkan Proporsi Pengguna Internet di Atas 16 Tahun yang Menggunakan Online Mobility Services Setiap Bulan



Sumber: We Are Social



Tabel 1. Perbandingan Pengguna Transportasi Online di 10 Negara

Terdapat sejumlah faktor seperti harga, promosi, kualitas layanan, dan kepuasan pelanggan yang berperan dalam membangun loyalitas pelanggan terhadap Gojek. Faktor-faktor tersebut menjadi sebuah pertimbangan bagi pelanggan dalam memilih layanan yang akan mereka gunakan. Sejumlah penelitian juga mendukung bahwa suatu harga mempunyai efek positif dan signifikan terhadap kesetiaan pelanggan.

Untuk membangun loyalitas konsumen, diperlukan terlebih dahulu adanya rasa puas dari pelanggan terhadap suatu produk. Kepuasan konsumen merupakan salah satu tujuan utama setiap perusahaan. Kepuasan konsumen dapat diartikan sebagai penilaian setelah pembelian, yaitu perbandingan antara pandangan terhadap kinerja produk atau layanan yang dipilih dengan harapan konsumen. Jika pandangan terhadap kinerja tersebut tidak sesuai harapan, maka yang akan terjadi adalah ketidakpuasan (Anggraini & Budiarti, 2020)

Selanjutnya untuk mencapai kepuasan konsumen, perusahaan juga perlu memperhatikan harga yang ditawarkan serta manfaat atau nilai yang akan diterima pelanggan dengan harga tersebut. Harga menjadi faktor penting bagi perusahaan, baik untuk memperoleh keuntungan maupun menarik minat pelanggan. Setiap perusahaan berupaya menetapkan harga yang terjangkau oleh konsumen agar dapat bersaing lebih baik dibandingkan para kompetitornya. Harga sendiri dapat diartikan sebagai jumlah uang yang bersedia dibayarkan oleh pasar (Anggraini & Budiarti, 2020).

Harga dapat diartikan sebagai ukuran atau alat tukar untuk mendapatkan hak kepemilikan atau penggunaan suatu produk barang atau jasa. Hal tersebut memperlihatkan bahwa pelanggan akan menjadi semakin selektif dalam memilih salah satu dari banyaknya alternatif layanan ojek online yang sesuai dengan kemauan dan kebutuhannya.

Selain faktor harga, upaya untuk memenuhi kepuasan pelanggan dan meningkatkan kesetiaan mereka tidak cuma dilakukan dengan memperhatikan dan meningkatkan kualitas layanan perusahaan, tapi juga melalui cara lain, yaitu dengan melaksanakan kegiatan promosi. Promosi yang dirancang dengan menarik dan komunikatif akan lebih mudah diterima oleh pelanggan. Promosi sendiri dapat diartikan secara luas sebagai serangkaian kegiatan yang dilakukan perusahaan (penjual) secara efektif untuk mendorong pelanggan membeli produk atau jasa yang ditawarkan (Andika et al., 2023)

Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang jasa, Gojek menjadikan peningkatan kualitas layanan sebagai prioritas utama. Dengan layanan yang semakin baik, konsumen akan merasa puas terhadap jasa yang diberikan, yang pada akhirnya dapat memengaruhi terbentuknya loyalitas pelanggan. Pelayanan yang berkualitas baik akan memberikan dampak positif bagi perusahaan, karena kualitas layanan menjadi tolak ukur bagi konsumen untuk menilai apakah layanan tersebut memuaskan dan sesuai dengan keinginan mereka. Sebaliknya, layanan yang buruk dapat membuat konsumen berpindah ke perusahaan jasa lain yang mereka anggap lebih baik.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk melakukan kajian mendalam tentang tingkat kepuasan masyarakat dalam menggunakan aplikasi Gojek untuk memenuhi kebutuhan mereka. Dengan mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pengguna, penelitian ini diharapkan dapat membantu perusahaan, pemerintah, dan masyarakat luas dalam upaya meningkatkan kualitas layanan dan pengalaman pengguna.

TINJAUAN TEORITIS

Analisis kepuasan masyarakat dalam penggunaan aplikasi gojek untuk aktivitas sehari-hari

1. Hal Konseptual

Gojek merupakan aplikasi digital yang hadir sebagai solusi atas kebutuhan masyarakat modern dalam melakukan aktivitas sehari-hari secara cepat dan efisien. Sebagai salah satu bentuk inovasi di era digital, Gojek termasuk dalam kategori **super-app** yaitu aplikasi multifungsi yang menyediakan berbagai layanan dalam satu platform. Layanan

utama dalam Gojek meliputi transportasi (GoRide, GoCar), pengantaran makanan dan minuman (GoFood), pengiriman barang (GoSend, GoBox), pembayaran digital (GoPay), hingga layanan keuangan mikro dan gaya hidup lainnya. Kehadiran fitur-fitur ini memperlihatkan bagaimana Gojek telah berevolusi dari sekadar layanan ojek online menjadi platform teknologi yang menyentuh banyak aspek kehidupan masyarakat urban.

Secara konsep, penelitian ini juga membahas kepuasan pelanggan, yang didefinisikan sebagai respon emosional pelanggan setelah menggunakan suatu produk atau layanan, dibandingkan dengan harapan yang mereka miliki sebelumnya. Kepuasan timbul ketika kinerja layanan yang diterima dianggap setara atau melebihi harapan. Dalam konteks aplikasi Gojek, aspek yang menjadi indikator kepuasan meliputi kemudahan penggunaan, efisiensi waktu, kenyamanan, tarif layanan, serta kualitas pelayanan dari mitra pengemudi.

Selain itu, Gojek juga mengintegrasikan teknologi Artificial Intelligence (AI) untuk meningkatkan pengalaman pengguna. AI digunakan untuk mencocokkan mitra pengemudi dan penumpang secara otomatis berdasarkan lokasi dan permintaan secara real-time, memprediksi estimasi waktu kedatangan (ETA), mendeteksi potensi penipuan dalam transaksi, hingga menghadirkan chatbot berbasis Natural Language Processing (NLP) untuk membantu pengguna menyelesaikan masalah secara mandiri. Dengan demikian, AI di Gojek tidak hanya mempercepat layanan, tetapi juga memperkuat keamanan dan personalisasi.

2. Hal Teoritis

Penelitian ini didukung oleh teori-teori yang membahas kepuasan pelanggan dan adopsi teknologi digital. Salah satu teori utama yang digunakan adalah Teori Kepuasan Pelanggan dari Kotler & Keller, yang menyatakan bahwa kepuasan adalah hasil dari perbandingan antara ekspektasi pelanggan sebelum menggunakan layanan dan persepsi atas kinerja aktual setelah layanan digunakan. Jika layanan melebihi harapan, maka pelanggan merasa puas; jika sebaliknya, maka terjadi ketidakpuasan.

Selain itu, model SERVQUAL (Parasuraman, Zeithaml, dan Berry) menjadi kerangka penting dalam mengukur kualitas layanan. Model ini mengidentifikasi lima dimensi kualitas layanan yaitu:

1. Tangibles (penampilan fisik layanan dan kelengkapannya),
2. Reliability (keandalan layanan),
3. Responsiveness (ketanggapan terhadap permintaan konsumen),
4. Assurance (jaminan dan kepercayaan terhadap layanan),
5. Empathy (kemampuan memberikan perhatian personal).

Dalam aplikasi Gojek, kelima dimensi ini bisa diterapkan untuk menilai interaksi pengguna dengan fitur aplikasi dan pelayanan mitra. Contohnya, keandalan sistem pemesanan GoFood dan kecepatan respons GoRide akan memengaruhi penilaian pengguna terhadap aspek reliability dan responsiveness.

Selain SERVQUAL, teori Technology Acceptance Model (TAM) oleh Davis (1989) juga relevan. TAM menjelaskan bahwa keputusan seseorang untuk menerima dan menggunakan teknologi tergantung pada dua persepsi Perceived Usefulness (kemanfaatan yang dirasakan) dan Perceived Ease of Use (kemudahan penggunaan). Dalam konteks Gojek, jika pengguna merasa aplikasi ini berguna dan mudah digunakan, maka mereka akan cenderung loyal dalam penggunaannya.

3. Tinjauan Riset Terdahulu

Berbagai studi sebelumnya menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan terhadap aplikasi Gojek sangat dipengaruhi oleh variabel seperti harga, kualitas pelayanan, citra merek, serta promosi. Promosi, dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, dengan kepuasan sebagai variabel mediasi. Temuan ini menunjukkan bahwa

Gojek perlu mempertahankan harga bersaing dan pelayanan prima untuk menjaga loyalitas pelanggannya.

Penelitian lainnya oleh **(TutikPebrianti, 2018)** menyebutkan bahwa strategi promosi Gojek, seperti diskon layanan atau cashback GoPay, memiliki pengaruh langsung terhadap keputusan konsumen dalam memilih layanan. Strategi ini terbukti efektif dalam menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan lama.

Terakhir, riset dari **(Brilian Dwi Saputra, 2024)** menekankan bahwa pemanfaatan AI dalam Gojek tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional tetapi juga mendukung transformasi digital nasional. AI dianggap mampu mempercepat pencocokan layanan, mengurangi waktu tunggu pengguna, dan memperkecil risiko fraud.

METODE

Metode penelitian ini menggunakan metode survei kuantitatif, Lalu penelitian ini dikembangkan berdasarkan studi sebelumnya oleh Rifaldi 2016. Pengumpulan data dilakukan survei daring melalui google form yang dibagikan melalui media sosial seperti whatsapp kepada pengguna aktif aplikasi Gojek di kalangan pelajar, mahasiswa dan masyarakat umum. Kuesioner pertanyaan mengenai usia, jenis kelamin, status, kecepatan layanan dan keandalan aplikasi yang dijelaskan dalam buku Evaluasi Sistem Informasi oleh Jogiyanto (2007). Jumlah data populasinya sebanyak 47 responden, lalu Data yang terkumpul akan dianalisis lalu akan diolah dan disajikan dalam bentuk tabel dan diagram lingkaran untuk memvisualisasikan karakteristik para responden dan mendukung analisis deskriptif. Analisis akan dilakukan secara kuantitatif dengan menghitung frekuensi dan presentase untuk menggambarkan pola umum penggunaan aplikasi Gojek dan persepsi responden terhadap perannya dalam mempermudah aktivitas masyarakat modern.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan penelitian dapat diketahui bahwa dari 47 responden mayoritas pengguna aplikasi Gojek berusia 17-20 tahun (78,7%). Ada juga pengguna usia 14-16 tahun, usia 21-25 tahun dan diatas 26 tahun yang tidak ada kejelasan. Menunjukkan bahwa aplikasi Gojek paling banyak digunakan oleh generasi muda yang berada pada rentang usia yang produktif dan aktif secara mobilitas.

Usia
47 jawaban

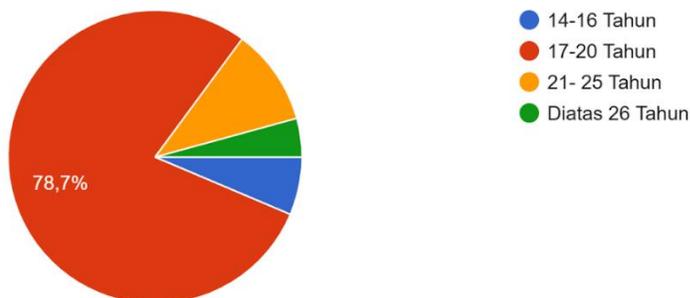


Diagram 1. Usia Responden

Berdasarkan penelitian dapat diketahui bahwa dari 47 responden mayoritas pengguna aplikasi Gojek yang berjenis kelamin perempuan (61,7%). Sedangkan jenis kelamin laki-laki (36,2%) dan jenis kelamin kepo tidak dapat diketahui. Menunjukkan bahwa perempuan memiliki ketertarikan terhadap kemudahan yang ditawarkan aplikasi Gojek dalam kehidupan sehari-hari.

Jenis Kelamin

47 jawaban

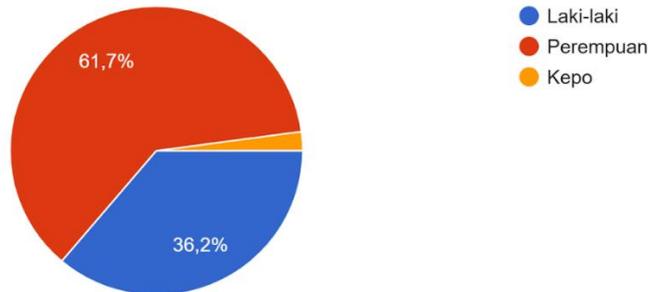


Diagram 2. Jenis Kelamin Responden

Berdasarkan penelitian dapat diketahui bahwa dari 47 responden mayoritas berstatus mahasiswa (83%), disusul oleh pelajar dan karyawan dalam proporsi yang kecil. Ini menunjukkan bahwa kalangan akademik, khususnya mahasiswa sangat mengandalkan layanan digital seperti Gojek untuk memesan makanan atau minuman hingga transportasi untuk mendukung di kehidupan sehari-hari.

Status

47 jawaban

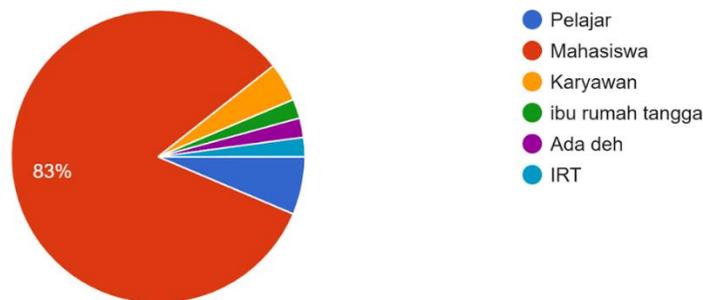


Diagram 3. Status Responden

Berdasarkan hasil survei terhadap 47 responden, frekuensi penggunaan aplikasi Gojek dalam satu minggu akhir bahwa mayoritas responden menggunakannya 1-2 kali (48,9%), sedangkan yang menggunakannya 3-5 kali (25,5%), dan yang menggunakannya lebih dari 5 kali (10,6%). Sementara itu, 25,5% responden ada juga yang menyatakan tidak pernah menggunakan aplikasi Gojek dalam seminggu terakhir. Ini menunjukkan bahwa mayoritas responden menggunakan aplikasi Gojek dengan intensitas rendah dalam seminggu terakhir.

Seberapa sering Anda menggunakan aplikasi Gojek dalam seminggu terakhir?

47 jawaban

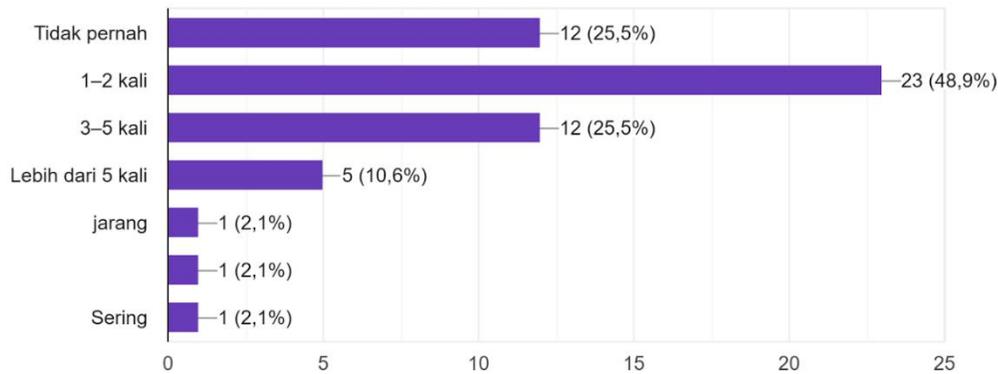


Diagram 4. Penggunaan Aplikasi Gojek dalam Seminggu Terakhir

Berdasarkan hasil survei terhadap 47 responden, mayoritas responden didominasi oleh layanan GoFood (51,1%), diikuti oleh GoRide/GoCar (31,9%). Adapun layanan lain seperti GoSend/GoMart/Gopay memiliki presentase yang lebih kecil. Ini menunjukkan bahwa responden menggunakan aplikasi Gojek untuk memesan makanan dan minuman, karena lebih mudah untuk memesan makanan dan minuman secara digital dan mempermudah responden dalam kehidupan sehari-hari.

Layanan Gojek mana yang paling sering Anda gunakan?

47 jawaban

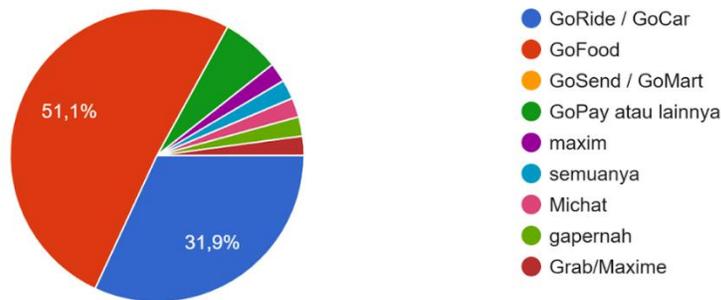


Diagram 5. Layanan Gojek yang sering Digunakan Responden

Berdasarkan hasil survei terhadap 47 responden, mayoritas responden didominasi oleh memesan makanan atau minuman (51,1%), sementara yang menggunakan untuk transportasi ke kampus atau ke kantor (34%) dan sisanya menggunakan layanan untuk mengirim barang atau pembayaran melalui Gopay. Ini menunjukkan bahwa memesan makanan dan minuman melalui aplikasi Gojek adalah hal yang sering dilakukan oleh responden. Temuan ini secara keseluruhan kontribusi Gojek sebagai solusi praktis bagi masyarakat modern dalam aktivitas sehari-hari mereka.

Untuk apa Anda paling sering menggunakan Gojek?

47 jawaban

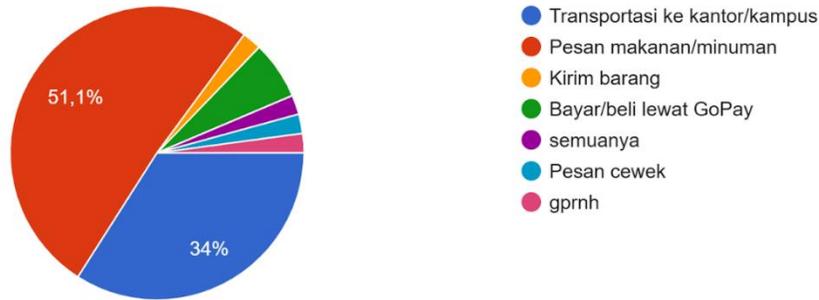


Diagram 6. Untuk apa Sering Menggunakan Gojek

Berdasarkan hasil survei terhadap 47 responden, mayoritas responden sebanyak 48,9% mereka menyatakan “sering” merasa lebih produktif berkat layanan Gojek. Sementara itu, ada yang menjawab “jarang” (36,2%) dan ada yang memilih “mungkin” (8,5%). Ini menunjukkan bahwa Sebagian besar pengguna menilai layanan Gojek mampu mendukung peningkatan efisiensi aktivitas sehari-hari.

Apakah Anda merasa lebih produktif karena layanan Gojek?

47 jawaban

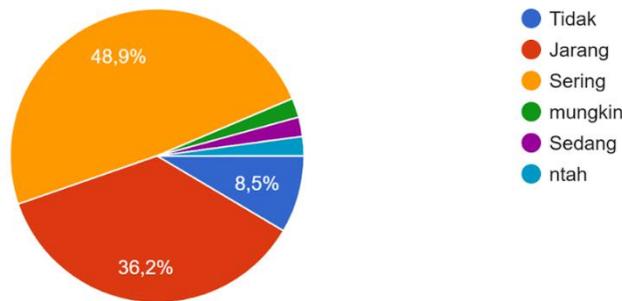


Diagram 7. Produktif Layanan Gojek Terhadap Responden

Berdasarkan hasil survei terhadap 47 responden mengenai kenyamanan menggunakan Gojek dibandingkan transportasi umum, mayoritas responden merasa “lebih nyaman” (51,1%). Sementara itu ada yang menilai “sama saja” (29,8%) disbanding dengan transportasi umum, dan ada juga yang memilih jawaban seperti “jauh lebih nyaman”, “tidak nyaman”, atau kategori yang lain dengan jumlah presentasi yang kecil. Ini menunjukkan bahwa Sebagian besar pengguna merasakan peningkatan layanan kenyamanan yang diberikan Gojek kepada pengguna, dibandingkan dengan transportasi umum.

Apakah Anda merasa lebih nyaman menggunakan Gojek daripada transportasi umum?

47 jawaban

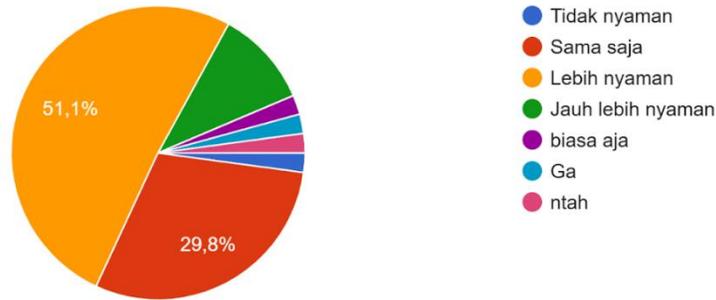


Diagram 8. Kenyamanan Gojek atau Transportasi Umum

Berdasarkan hasil survei terhadap 47 responden mengenai pengalaman beralih ke aplikasi lain karena masalah pada Gojek, mayoritas responden menyatakan “tidak pernah” (31,9%). Lalu ada yang mengaku pernah beralih “sekali dua kali” (29,8%), lalu ada juga yang “beberapa kali” (14,9%) dan ada juga yang menyatakan “sering” (14,9%) melakukan perpindahan layanan. Ini menunjukkan bahwa meskipun mayoritas pengguna relative loyal dan jarang berpindah layanan, ada proporsi signifikan yang pernah mengalami masalah pada Gojek sehingga memilih aplikasi lain atau layanan lain. Hal ini menandakan bahwa kualitas layanan adalah faktor penting yang memengaruhi keputusan untuk bertahan pada aplikasi Gojek.

Apakah Anda pernah beralih ke aplikasi lain karena masalah pada Gojek?

47 jawaban

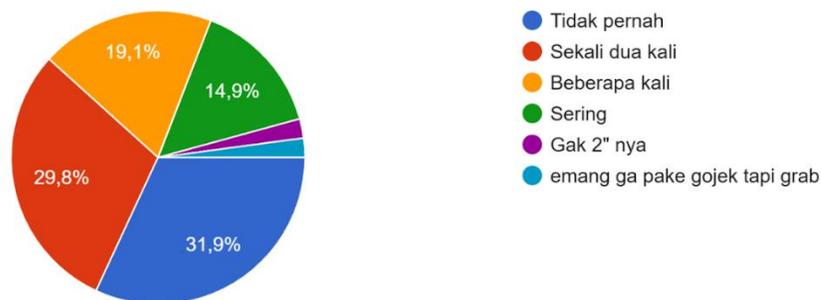


Diagram 9. Beralih ke Aplikasi lain karena Gojek bermasalah

Berdasarkan hasil survei terhadap 47 responden mengenai persepsi terhadap peran Gojek dalam mempercepat transformasi digital di masyarakat Indonesia, mayoritas responden menilai bahwa Gojek “cukup berpengaruh” (72,3%) dalam mendorong transformasi digital. Selain itu ada juga yang menyatakan “sangat berpengaruh” (17%) dan hanya Sebagian kecil yang menjawab “kurang berpengaruh” atau “tidak sama sekali”. Ini menunjukkan pengguna mendukung pandangan bahwa layanan Gojek memiliki peran penting dalam membangun ekosistem digital di Indonesia.

Apakah Anda merasa Gojek turut mempercepat transformasi digital dalam kehidupan masyarakat Indonesia?

47 jawaban

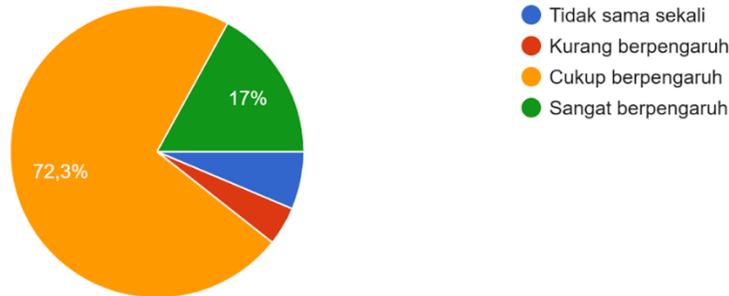


Diagram 10. Transformasi digital Dalam Masyarakat

Berdasarkan hasil survei terhadap 47 responden mengenai tingkat kepuasan mereka terhadap layanan Gojek secara keseluruhan, mayoritas responden menyatakan “cukup puas” (78,7%) dengan layanan yang diberikan Gojek. Selain itu, responden memilih kategori “sangat puas” (12,8%), sedangkan hanya sebagian kecil yang menjawab “kurang puas”, “tidak puas” atau “biasa aja”. Hasil ini menunjukkan Tingkat kepuasan yang tinggi di kalangan pengguna, menandakan bahwa layanan Gojek mampu memenuhi ekspektasi masyarakat dalam akses, kualitas pelayanan, dan kepraktisan penggunaan. Gojek juga berhasil membangun kepercayaan dan loyalitas pengguna melalui pelayan yang dirasakan para pengguna aplikasi Gojek dan bermanfaat dalam kehidupan sehari-hari.

Seberapa puas Anda dengan layanan Gojek secara keseluruhan?

47 jawaban

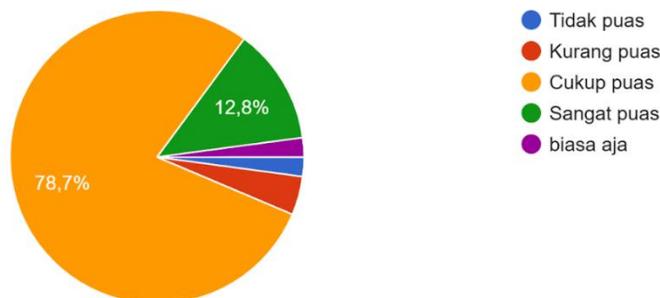


Diagram 11. Kepuasan Terhadap Layanan Gojek

Dibalik kemudahan layanan Gojek terdapat teknologi kecerdasan buatan (Artificial Intelligence) yang menjadi salah satu kunci keberhasilan platform ini dalam memberikan pengalaman pengguna yang efisien dan personal. AI di Gojek digunakan untuk berbagai fungsi utama, seperti optimasi rute perjalanan, prediksi estimasi tiba (ETA), dan system pencocokan otomatis antara mitra pengemudi dan pelanggan berdasarkan lokasi dan permintaan secara real time.

Salah satu contohnya yaitu teknologi pemrosesan Bahasa alami (NLP) mendukung layanan chatbot untuk membantu para pengguna aplikasi menyelesaikan masalah atau pertanyaan secara otomatis. Disisi keamanan keamanan, AI membantu mendeteksi perilaku mencurigakan atau potensi penipuan atau transaksi yang tidak wajar.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil survei terhadap 47 responden, dapat disimpulkan bahwa aplikasi Gojek memiliki peran yang signifikan dalam mendukung aktivitas sehari-hari masyarakat modern di Indonesia. Mayoritas responden menggunakan layanan Gojek secara rutin, terutama untuk pemesanan makanan dan minuman dan transportasi, yang dinilai dapat membantu menghemat waktu, meningkatkan produktivitas, dan memberikan kenyamanan layanan yang lebih dibandingkan transportasi umum. Sebagian besar responden juga menilai Gojek cukup hingga sangat berpengaruh dalam mempercepat transformasi digital di Indonesia, dengan tingkat kepuasan yang tinggi terhadap layanan secara keseluruhan.

Selain itu penerapan AI dalam aplikasi Gojek juga berpengaruh dalam mendukung kualitas layanan tersebut. AI digunakan untuk optimasi rute, pencocokan mitra, dan pelanggan secara real time, prediksi estimasi waktu tiba, sistem rekomendasi personal, hingga pendeteksi penipuan. Dengan adanya pemanfaatan AI, Gojek mampu memberikan layanan yang cepat, aman, dan sesuai kebutuhan para pengguna aplikasi tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa Gojek bukan hanya menyediakan layanan yang sesuai permintaan pengguna, tetapi juga mendorong perubahan perilaku masyarakat kearah yang berbasis digital, praktis dan modern.

DAFTAR PUSTAKA

- Angraini, F., & Budiarti, A. (2020). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan Pada Konsumen Gojek. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 8(3). <https://doi.org/10.26740/jupe.v8n3.p86-94>
- Andika,P.R., Sijabat, R., & Indriasari, I., (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Ojek Online (Studi Pada Pelanggan Gojek Di Kota Semarang). *JURNAL RISET MANAJEMEN DAN EKONOMI (JRIME)*, 1(1). <https://doi.org/10.54066/jrime-itb.v1i1.78>
- Brilian Dwi Saputra, D. V. (2024). *PT Gojek Indonesia: Maintaining Corporate Sustainability with Innovation and Customer Perception*. jakarta: proceeding isc-beam internasional students conference.
- Pandega Ricky Andika, R. S. (2023). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Ojek Online (Studi Pada Pelanggan Gojek Di Kota Semarang)*. semarang: jrime.
- TutikPebrianti, Z. G. (2018). *PENGARUHSTRATEGIPOMOSITERHADAPKEPUTUSANKONSUMEN MENGGUNAKANGO-CARPADAPT. GOJEKINDONESIAKOTAPALEMBANG*. palembang: jurnal ekobis kajian ekonomi dan bisnis.
- VA Sembiring, a. N. (2023). *EVALUASI LAYANAN GOJEK MILIK PT. GOTO GOJEK TOKOKPEDIA TBK. DENGAN METODE SERVICE QUALITY (SERVQUAL)*,. semarang: Industrial Engineering Online Journal .
- Jogiyanto, H.M. (2007). *Evaluasi Sistem Informasi dan Teknologi Informasi*. Yogyakarta: Andi.