

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada era globalisasi persaingan bisnis yang dihadapi perusahaan-perusahaan saat ini semakin ketat, sehingga menuntut manajemen perusahaan untuk lebih cermat dalam menentukan strategi bersaingnya, agar dapat memenangkan dalam persaingan yang dihadapinya. Manajemen perusahaan dituntut untuk dapat mendesain dan mengimplikasikan strategi pemasaran yang mampu menciptakan, mempertahankan, dan meningkatkan kepuasan pelanggan.¹

Pada beberapa tahun belakangan ini, terjadi fenomena dimana ada begitu banyak orang yang tertarik dengan bisnis berbau internet alias *online*. Bisnis yang fokus ke arah online memang memiliki banyak keunggulan, sekaligus pasar yang luas. Tidak perlu memikirkan jarak dan waktu, pengguna datang dari mana saja. Beda kota, pulau negara, bahkan dikatakan pula bahwa *“benua is not a big deal as long as you have internet connection”*.

Inilah salah satu mengapa alasan bisnis *startup* bisa berkembang dengan begitu cepat. Bahkan perkembangan bisnis *startup* yang kebangetan ini bisa mengubah *mindset* pebisnis yang menganggap bahwa tidak mungkin untuk meraup keuntungan yang berlipat-lipat jika bisnis baru dijalankan beberapa tahun. Dengan munculnya beberapa *startup* sukses dunia ini, jelas dengan mudah mematahkan pendapat tersebut.

Startup dari segi kaidah bahasa diartikan sebagai perusahaan rintisan. Rintisan ini berarti perusahaan tersebut ‘baru lahir’ dan baru berkembang. Perusahaan *startup* ini diibaratkan seperti bayi yang baru saja lahir dan sedang menunggu waktu untuk tumbuh besar dengan usaha-usaha yang dilakukan.²

¹ Nafisa Choirul Marati dan Tri Sudarwanto, “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Ojek Online”, *jurnal Online*, Vol. 3 No 3, (2016) : 1.

² Andika Drajat S dan Dita Kartika M, *Startup Guidebook: Panduan Memulai Startup Bisnis yang Harus Kamu Tahu*, (Yogyakarta: PT Anak Hebat Indonesia), 29-30.

Saat ini masyarakat sangat menyukai ponsel (*smartphone*), mulai dari *browsing*, bermain game *online* bahkan berbelanja pun bisa dilakukan secara *online* melalui ponsel. Tidak hanya berbelanja *online* saja yang bisa dilakukan melalui ponsel, tetapi memesan layanan jasa pun bisa dilakukan secara *online*. Semakin menjamurnya penggunaan internet dimasyarakat membuat pebisnis menciptakan peluang yang telah marak kalangan masyarakat dengan menggabungkan jasa transportasi dengan internet, dimana akan menjadi terobosan baru dalam transportasi.

Kemajuan teknologi dibidang transportasi menjadikan para pebisnis bersaing menciptakan inovasi terbaru serta melihat dari fenomena yang terjadi dimasyarakat bahwa saat ini internet sangat berpengaruh dalam kehidupan masyarakat. Maraknya pengguna *smartphone*, baik *android* maupun *IOS* menjadikan masyarakat bergantung pada *handphone* serta *internet*. Peluang tersebut yang menjadikan pendiri ojek *online* GO-JEK menghadirkan ojek berbasis *online*. Fenomena transportasi *online* saat ini sedang hangat diperbincangkan, karena pemesanan berbasis aplikasi yang mudah di *download* oleh pengguna *smartphone* baik *android* maupun *IOS*. Pemesanan melalui aplikasi yang mudah membuat ojek *online* diterima dengan cepat kalangan masyarakat, serta berbagai macam pilihan layanan yang diberikan sehingga mampu memenuhi kebutuhan masyarakat dalam bidang jasa.³

Era globalisasi yang diwarnai dengan perkembangan teknologi yang sangat pesat membuat para pengusaha perlu mempertimbangkan pemanfaatan teknologi informasi yaitu internet untuk melakukan berbagai kegiatan bisnisnya. Salah satu keuntungan dari penggunaan internet adalah dapat memberikan cakupan pasar yang tidak lagi dibatasi oleh tempat, tetapi sudah bersifat global (mendunia).⁴

Teknologi merubah banyak aspek bisnis dan aktivitas pasar. Dalam bisnis perdagangan misalnya, kemajuan teknologi

³ Anis Agustin Dan Khuzaini, "Persepsi Masyarakat Terhadap Penggunaan Transportasi Online Go-Jek Di Surabaya", *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, No 9 Volume 6, (2017) : 12.

⁴ Budi Sutedjo Darma Oetomo, *dkk, i-CRM Membina Relasi dengan Pelanggan.Com*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2003), 6.

telah melahirkan metode bertransaksi yang dikenal dengan istilah *e-commerce* (*electronic commerce*). Beberapa kalangan akademisi sepakat mendefinisikan *e-commerce* merupakan salah satu cara memperbaiki kinerja dan mekanisme pertukaran barang, jasa, informasi, dan pengetahuan dengan memanfaatkan teknologi berbasis jaringan peralatan digital dengan karakteristiknya yaitu terjadinya transaksi antara dua belah pihak, adanya pertukaran barang, jasa, atau informasi, dan internet merupakan medium utama dalam proses atau mekanisme perdagangan.

Berdasarkan karakteristik tersebut, terlihat jelas pada dasarnya *e-commerce* merupakan dampak dari perkembangan teknologi informasi dan telekomunikasi, dan secara signifikan mengubah cara manusia melakukan interaksi dengan lingkungannya.⁵

Fenomena perkembangan teknologi saat ini yang ramai dibicarakan dan menjadi bahan diskusi banyak kalangan adalah mengembangkan teknologi ke arah bisnis transportasi yang modern dengan menggunakan kecanggihan aplikasi di dunia virtual. Masyarakat saat ini sangat dimudahkan dengan adanya sarana transportasi ini terutama untuk pemesanannya. Dimanapun dan kapanpun juga secara cepat dan *real time*, masyarakat mudah melakukan mobilisasi kemana saja dengan memiliki aplikasi ini. Bisnis yang memanfaatkan aplikasi virtual untuk memudahkan pemesanan sarana transportasi ini adalah Grab, GO-JEK, dan lain-lain.⁶

Sejak dahulu kala transportasi telah digunakan dalam kehidupan masyarakat. hanya saja alat angkut yang dimaksud bukan seperti yang sekarang ini. Sebelum tahun 1800 alat pengangkutan yang digunakan adalah tenaga manusia, hewan dan sumber tenaga dari alam.

Pada tahun 1920 transportasi telah mencapai tingkat pengembangan pada puncaknya (*mature*), dengan sistem transportasi multi modal (*multi modal system*).

⁵ Haris Faulidi Asnawi, *Transaksi Binsis E-Commerce Perspektif Islam*, (Yogyakarta: Magistra Insania Press, 2004), 17-18.

⁶ Wiranti Anindhita, Melisa Arisanty, dan Devie Rahmawati, "Analisis Penerapan Teknologi Komunikasi Tepat Guna Pada Bisnis Transportasi Ojek Online", *Jurnal Online* (2016) : 713.

Pada abad ke-20 ini pertumbuhan transportasi berkembang pesat sejalan dengan kemajuan teknologi yang semakin mutakhir.

Transportasi sebagai dasar dalam pembangunan ekonomi dan perkembangan masyarakat, serta pertumbuhan industrialisasi atau pembagian pekerjaan sesuai keahlian, sesuai dengan budaya, adat-istiadat, dan budaya suatu bangsa dan daerah. Pertumbuhan ekonomi suatu negara dan bangsa tergantung pada tersedianya pengangkutan dalam negara dan bangsa yang bersangkutan.

Seiring kemajuan teknologi, sekarang maraknya transportasi online, yaitu suatu penyelenggaraan lalu lintas dan angkutan jalan yang berjalan dengan mengikut sertakan pemanfaatan perkembangan teknologi berbasis aplikasi di *smartphone* dimana memudahkan konsumen untuk mendapatkan yang diinginkan baik untuk pemesanan maupun pembayaran.⁷

Perusahaan angkutan dalam rangka memenuhi kebutuhan masyarakat akan jasa-jasa angkutan, agar memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya pada pengguna jasa. Bagi pemakai jasa yang paling diutamakan ialah dalam soal aman, teratur, tertib, memuaskan, cepat, dan juga pemakai jasa tinggal duduk dirumah dengan hanya menggunakan *smartphonenya* bisa memesan apapun tanpa repot keluar rumah.

Tinggi rendahnya *income*/pendapatan suatu perusahaan angkutan tergantung pada pelayanan yang diberikan kepada masyarakat. Pada umumnya perusahaan angkutan mempunyai daya saing yang sangat kuat sekali. Dari segi inilah merupakan titik tolak, apakah suatu perusahaan *Break Even* atau tidak, jadi dibutuhkan adanya *demand forecast*.⁸

Ojek merupakan alternatif transportasi kota besar yang memberikan keunggulan dari segi waktu tempuh. Terutama pada kota besar yang dilanda macet tidak berujung. Ojek utamanya menggunakan kendaraan bermotor beroda dua atau singkatnya sepeda motor. Pasca krisis ekonomi Indonesia tahun 1998,

⁷ <http://belajarpsikologi.com/pengertian-transportasi-online/>. Diakses: 26 Juli 2018.

⁸ Irma Farnita, "Layanan *Mobile* Ho-Jak, Go-Jek dan Grab Terhadap Perbandingan Pengalaman Pengguna (Studi Pada Konsumen PT. Ho-Jak Indonesia, PT. Aplikasi Anak Bangsa dan PT. Grab Indonesia di Kota Banda Aceh)", *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Teknologi*, No.2 Volume 1, (2017) : 98.

profesi ojek menjadi favorit bagi para pengangguran baik karena PHK ataupun tidak. Ditambah lagi dengan suburnya industri sepeda motor di Indonesia, yang diimpor dari berbagai negara salah satunya Tiongkok dan Korea serta mempunyai pabrik di Indonesia. Sebagai jenis yang favorit, sepeda motor jenis bebek menjadi pilihan utama para tukang ojek sebagai kendaraan dinas. Tetapi tidak menutup kemungkinan pula para tukang ojek menggunakan kendaraan pribadinya yang masih layak pakai.⁹

Seiring dengan berkembangnya teknologi saat ini terdapat aplikasi di *smartphone* yang mengenalkan layanan pemesanan ojek menggunakan teknologi dan menggunakan standar pelayanan. sebelumnya ojek menggunakan sistem pangkalan berbasis wilayah di tikungan dan mulut-mulut gang. Untuk menggunakan jasa ojekpun pemakai jasa harus membayar kontan dan tidak sering terjadi transaksi tawar-menawar terlebih dahulu. Saat ini sudah banyak penyedia jasa ojek online di Indonesia yang dikenal dengan nama Go-Jek, Blue-Jek, Taksi Roda Dua, Grab Bike, Ojek Syar'i, Bang Ojek Aja, dan masih banyak sebutan lainnya. Semua memberikan pelayanan yang hampir sama mulai dari menghantarkan orang dengan biaya yang berbeda-beda namun dengan sistem pemesanan yang sama yaitu pemesanan melalui aplikasi telepon genggam maupun *website*.¹⁰

Tidak hanya di luar negeri saja, *startup* di Indonesia sudah cukup banyak yang berhasil. Kalau di Amerika ada Uber, maka di Indonesia ada GO-JEK. Orang yang ada dibalik GO-JEK adalah Nadiem Makarim, pemuda Indonesia lulusan Harvard ini terinspirasi mendirikan perusahaan *startup* GO-JEK dari pengalamannya sendiri. Nadiem tinggal di Jakarta dan merupakan salah satu pengguna ojek. Dari hasil obrolannya dengan tukang ojek langganannya, ia menyadari bahwa waktu tukang ojek selama ini hanya habis untuk menunggu penumpang dan menunggu giliran dengan tukang ojek yang lain. Selain itu, ia juga merasa bahwa ojek belum memberikan keamanan dan

⁹ Ambo Saka dan Edison Yuzak, *Contoh-contoh Studi Kelayakan Bisnis*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2013), 83.

¹⁰ Nafisa Choirul Mar'ati, *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Ojek Online*, 2.

kenyamanan untuk dirinya. Dari peluang besar itulah, ia mendirikan GO-JEK, sebuah perusahaan transportasi ojek yang memanfaatkan perkembangan teknologi sebagai perantara.¹¹

Berdasarkan kesadaran dari Nadiem Makarim yang berkaitan dengan pentingnya manajemen waktu tersebut dalam bekerja, sebagaimana firman Allah:

وَالْعَصْرِ ﴿١﴾ إِنَّ الْإِنْسَانَ لِفِي خُسْرٍ ﴿٢﴾ إِلَّا الَّذِينَ ءَامَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ وَتَوَاصَوْا بِالْحَقِّ وَتَوَاصَوْا بِالصَّبْرِ ﴿٣﴾

Artinya: “Demi waktu, sungguh manusia itu merugi, kecuali bagi orang-orang yang beriman, yang sholat, saling berwasiat dalam kebenaran dan kesabaran”. (QS. A-Ashr: 1-3).

Artinya kita harus menggunakan waktu untuk kegiatan-kegiatan produktif sekarang dan untuk masa yang akan datang. Ungkapan lain menyatakan waktu adalah uang, waktu adalah bekerja, waktu adalah beribadah dan bekerja, dan semuanya menyiratkan pengertian bahwa waktu adalah sangat berharga, jangan dibuang-buang, jangan kita menjadi korban kelalaian dalam menggunakan waktu.¹²

Bermula di tahun 2010 sebagai perusahaan transportasi roda dua melalui panggilan telepon, GO-JEK kini telah tumbuh menjadi *on-demand mobile platform* dan aplikasi terdepan yang menyediakan berbagai layanan lengkap mulai dari transportasi, logistik, pembayaran, layan-antar makanan, dan berbagai layanan *on-demand* lainnya.

GO-JEK adalah sebuah perusahaan teknologi berjiwa sosial yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan pekerja di berbagai sektor informal di Indonesia. Kegiatan GO-JEK bertumpu pada 3 nilai pokok: kecepatan, inovasi, dan dampak sosial.

¹¹ Andika Drajat S dan Dita Kartika M, *Startup Guidebook: Panduan Memulai Startup Bisnis yang Harus Kamu Tahu.*, 172.

¹² Buchari Alma, *Kewirausahaan: untuk Mahasiswa dan Umum*, (Bandung: Alfabeta, 2016), 64.

Para *driver* GO-JEK mengatakan bahwa pendapatan mereka meningkat semenjak bergabung sebagai mitra dengan mendapatkan akses ke lebih banyak pelanggan melalui aplikasi kami. Mereka juga mendapatkan santunan kesehatan dan kecelakaan, akses kepada lembaga keuangan dan asuransi, cicilan otomatis yang terjangkau, serta berbagai fasilitas yang lain.

GO-JEK telah beroperasi di 50 kota di Indonesia, seperti Jakarta, Bandung, Surabaya, Bali, Makassar, Medan, Palembang, Semarang, Yogyakarta, Balikpapan, Malang, Solo, Manado, Samarinda, Batam, Sidoarjo, Gresik, Pekanbaru, Jambi, Sukabumi, Bandar Lampung, Padang, Pontianak, Banjarmasin, Mataram, Kediri, Probolinggo, Pekalongan, Karawang, Madiun, Purwokerto, Cirebon, Serang, Jember, Magelang, Tasikmalaya, Belitung, Banyuwangi, Salatiga, Garut, Bukittinggi, Pasuruan, Tegal, Sumedang, Banda Aceh, Mojokerto, Cilacap, Purwakarta, Pematang Siantar, dan Madura serta pengembangan di kota-kota lainnya pada tahun mendatang, termasuk yang baru beberapa tahun belakangan ini sudah beroperasi di Kabupaten Kudus-Jawa Tengah.

GO-JEK memberikan dampak sosial melalui teknologi, diawali dengan memberitahu kepada semua orang bahwa kami adalah *startup* asli Indonesia dengan misi sosial. mereka ingin meningkatkan kesejahteraan sosial dengan menciptakan efisiensi pasar. Melalui teknologi mereka berusaha menyebarkan dampak sosial yaitu kehidupan yang lebih baik untuk *driver* dan keluarganya dengan meningkatkan jumlah penghasilan mereka. Layanan utama GO-JEK sangat penting bagi kota dengan tingkat lalu lintas yang padat seperti Jakarta dan kota lainnya di mana mereka beroperasi. GO-JEK menawarkan manfaat besar baik untuk para pelanggan dan penyedia jasa.¹³

Saat ini di Kabupaten Kudus pun hadir beberapa operator ojek online. Setelah kemunculan Grab, kini GO-JEK ikut meramaikan keberadaan ojek online di kabupaten Kudus. Hal tersebut setelah beredarnya rekrutmen beberapa lowongan kerja GO-JEK di Kabupaten Kudus. Pasalnya tak hanya lowongan *driver*, namun hingga bagian kantor. Dikonfirmasi

¹³ “Perjalanan Go-Jek,” Diakses Pada 03 Agustus, 2018 <https://www.go-jek.com/about/>

kabar tersebut, *Branch Manager* GO-JEK Kudus, Aziz membenarkan kabar tersebut. Dia mengakui jika kini GO-JEK membuka kantor di Kabupaten Kudus.¹⁴

Layanan ojek berbasis online mulai hadir melayani warga Kabupaten Kudus, Jawa Tengah. Meskipun pengendara ojek tersebut masih terbatas, warga mulai terbiasa dengan moda angkutan umum anyar tersebut.

Menurut Ikhsan merupakan salah satu pengemudi ojek online yang mulai daftar menjadi *driver* sejak bulan Juni 2017, namun mulai aktif beroperasi di Kudus setelah Lebaran tahun 2017. Awalnya, ia beroperasi di Semarang, kemudian beralih ke Kabupaten Kudus. Kehadiran ojek online memang membantu masyarakat, karena mereka yang hendak bepergian tanpa harus membawa kendaraan cukup memanfaatkan transportasi daring tersebut. “Tarifnya juga jelas, per kilometer hanya Rp. 2.000,” ujarnya.¹⁵

GO-JEK bisa disebut sebagai ojek yang tidak sekedar ojek. Ojek normalnya hanya mengantar penumpang sampai tujuan. Tapi dengan GO-JEK, *customer* dapat mengirim barang, memesan makanan, berbelanja, layanan *massage*, pembelian tiket, dan beberapa layanan menarik lainnya. Meskipun bekerja sebagai pengojek, penghasilan dari pengojek dibawah naungan GO-JEK tidak bisa dianggap kecil, rata-rata penghasilan mereka adalah Rp. 3 juta perbulan. Dimana 80% pembayaran penumpang untuk pengojek dan 20% untuk perusahaan.¹⁶

Kondisi lingkungan yang sangat dinamis dan intensitas persaingan yang sangat ketat membuat seorang pengusaha tidak cukup hanya mengandalkan pengalaman dan intuisi saja dalam memulai usahanya. Seorang pengusaha dituntut untuk melakukan studi kelayakan terhadap ide bisnis yang akan

¹⁴ “Kehadiran Gojek Di kudus,” Diakses pada tanggal 03 Agustus, 2018 <http://www.rakyatmuria.com/2018/04/10/setelah-grab-kini-giliran-gojek-hadir-di-kudus/>

¹⁵ “Beroprasi di Kudus, ojek online disambut gembira oleh warga,” Diakses pada tanggal 3 Agustus, 2018. <http://www.transonlinewatch.com/beroperasi-di-kudus-ojek-online-disambut-gembira-oleh-warga/>

¹⁶ Andika Drajat S dan Dita Kartika M, *Startup Guidebook: Panduan Memulai Startup Bisnis yang Harus Kamu Tahu*, 173.

dijalankan agar tidak terjadi ketelanjuran investasi di kemudian hari.

Studi kelayakan bisnis merupakan penelitian yang bertujuan untuk memutuskan apakah sebuah ide bisnis layak untuk dilakukan atau tidak. Sebuah ide bisnis dikatakan layak untuk dilaksanakan jika ide tersebut dapat mendatangkan manfaat yang lebih besar bagi semua pihak (*stake holder*) dibanding dampak negatif yang ditimbulkan.¹⁷

Pada penelitian hanya meneliti pada variabel studi kelayakan bisnis transportasi berbasis online pada GO-JEK yang beroperasi di Kabupaten Kudus, karena pada penelitian ini pertentangan terhadap kehadiran GO-JEK sempat begitu santer diberitakan dan menjadi *tranding topic* diberbagai kawasan. Tapi nyatanya, hal ini tidak menyurutkan tumbuh kembangnya GO-JEK. Dengan dukungan dari para penggunanya, serta kerja keras para timnya, GO-JEK akhirnya tetap bertahan dan malah terus bertambah besar, salah satunya yang mulai beroperasi di Kabupaten Kudus-Jawa Tengah, sehingga gelar *unicorn* pun sudah disabetnya.

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti tertarik mengkaji lebih dalam tentang **“Analisis Studi Kelayakan Bisnis Transportasi Online Berbasis Aplikasi pada GO-JEK yang Beroperasi di Kabupaten Kudus (Studi Kasus: GO-JEK di Kabupaten Kudus)”**.

B. Fokus Penelitian

Mengingat luasnya studi kelayakan transportasi berbasis online *Go Jek* dalam mendapatkan penilaian layak atau tidak beroperasi di Kabupaten Kudus, untuk menghindari bias makna maka penulis akan membatasi ruang lingkup penelitian dan akan membahas:

1. Studi kelayakan bisnis transportasi online berbasis aplikasi pada GO-JEK dalam mendapatkan penilaian layak atau tidak beroperasi di Kabupaten Kudus, dimana bisa dinilai layak dengan memenuhi beberapa aspek diantaranya adalah aspek pemasaran, aspek sumber daya manusia, aspek teknis, aspek kemanfaatan, dan aspek kesempatan kerja.

¹⁷ Suliyanto, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2010), 3.

2. Bisnis transportasi berbasis online GO-JEK selama ada di Kabupaten Kudus apakah mampu menyerap tenaga kerja khususnya bagi masyarakat di Kabupaten Kudus sehingga akan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat dimana dengan menjadi *driver* di GO-JEK berdasarkan penghasilan harian, bulanan, dan tahunan.
3. Bisnis transportasi ini diharapkan bisa turut menyukseskan program pemerintah dalam pembangunan sehingga memberikan kemanfaatan bagi masyarakat Indonesia.

C. Rumusan Masalah

1. Bagaimana respon *driver* dari adanya jasa transportasi online berbasis aplikasi GO-JEK yang beroperasi di Kabupaten Kudus?
2. Apa manfaat yang diperoleh oleh *driver* dari jasa transportasi online berbasis aplikasi GO-JEK yang beroperasi di Kabupaten Kudus?
3. Apakah bisnis transportasi online berbasis aplikasi pada GO-JEK layak atau tidak beroperasi di Kabupaten Kudus?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas dan karena semakin berkembang pesatnya teknologi terutama dalam sistem transportasi yang sudah online berbasis aplikasi, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Untuk mengetahui bagaimana respon *driver* dari adanya jasa transportasi online berbasis aplikasi yaitu GO-JEK di Kabupaten Kudus.
2. Untuk mengetahui Manfaat apa yang diperoleh oleh *driver* dari jasa transportasi online berbasis aplikasi GO-JEK yang beroperasi di Kabupaten Kudus?
3. Untuk mengetahui Layak atau tidaknya jasa transportasi online berbasis aplikasi GO-JEK diterapkan di Kabupaten Kudus.

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini bermanfaat bagi:

1. Manfaat Teoritis
Hasil penelitian ini dapat memberikan konstribusi bagi ilmu pengetahuan dalam bidang Manajemen Bisnis Syariah terutama

yang berkaitan dengan studi kelayakan bisnis transportasi online berbasis aplikasi online pada GO-JEK beroperasi di Kabupaten Kudus.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara praktis bagi sejumlah pihak, antara lain:

- a. Bagi IAIN Kudus, penelitian ini diharapkan dapat menambah literatur serta referensi yang dapat dijadikan bahan informasi bagi mahasiswa yang akan meneliti permasalahan yang serupa.
- b. Bagi para perusahaan ojek online untuk menyampaikan keluhan – keluhan kekurangan yang dialami driver kepada manajemen Go-jek terkait system untuk sebagai bahan evaluasi manajemen
- c. Bagi Penulis, penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan penulis serta sebagai wahana potensial untuk mengembangkan wacana dan pemikiran dalam menerapkan teori yang ada dengan keadaan yang sebenarnya.

