

BAB II KAJIAN PUSTAKA

A. Studi Kelayakan Bisnis

1. Pengertian Studi Kelayakan Bisnis

Studi kelayakan adalah penelitian yang mendalam terhadap suatu ide bisnis tentang layak atau tidaknya ide tersebut untuk dilaksanakan.¹

Bisnis merupakan salah satu bentuk kegiatan ekonomi yang sangat dinamis yang dinamikanya itu sangat ditentukan oleh sumber daya organisasi yang ada dalam bisnis itu, yaitu: *man* (orang), *money* (dana), *material* (peralatan), *machine* (mesin), dan *methode* (cara menggerakkannya).²

Secara etimologi, bisnis berasal dari bahasa Inggris *Business* dengan kata dasar “*busy*” yang berarti sibuk. Bisnis memang identik dengan kesibukan, tapi ini bukan berarti hanya kesibukan biasa. Ada tujuan tertentu dibalik kesibukan tersebut, yakni untuk memperoleh keuntungan. Jadi bisnis bisa diartikan sebagai kegiatan atau usaha yang dilakukan seseorang untuk memenuhi kebutuhan orang lain guna memperoleh keuntungan. Pengertian gampangnya, bisnis sama dengan jualan barang atau jasa.³

Dalam konsep Islam bahwa bisnis termasuk kegiatan muamalah, kegiatan yang berhubungan sesama manusia, dan itu cukup banyak menghabiskan waktu. Aktivitas hamba Allah dalam bermuamalah sangat penting untuk menghidupkan semangat Islam dalam amal dan ibadah sosial. Allah menjanjikan kepada hamba-Nya agar melaksanakan

¹ Ahmad Subagyo, *Studi Kelayakan: Teori dan Aplikasi*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2007), 7.

² M.Ma'ruf Abdullah, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Yogyakarta: Aswaja Pressido, 2017), 1.

³ Andika Drajat S dan Dita Kartika M, *Startup Guidebook: Panduan Memulai Startup Bisnis yang Harus Kamu Tahu*, (Yogyakarta: PT Anak Hebat Indonesia, 2017), 4-5.

ketiga tugas ibadah itu dengan penuh ikhlas dan janji Allah itu adalah *jannatun na'im*.⁴

Berusaha dalam bidang bisnis adalah usaha kerja keras. Dalam kerja keras itu tersembunyi kepuasan batin yang tidak dirasakan oleh profesi lain. Sebagai seorang Muslim, kita dituntut agar tidak hanya mementingkan atau mengutamakan kerja keras untuk dunia saja atau akhirat saja, tetapi ditengah-tengah antara keduanya, maksudnya jangan sampai kita dilalaikan oleh pekerjaan mencari harta saja, tetapi berusahalah dan selalu dekat kepada Allah SWT. Perintah berusaha dinyatakan Hadis sebagai berikut:

“Sesungguhnya Allah telah mewajibkan kalian berusaha, maka oleh sebab itu hendaklah kalian berusaha” (HR. Thabrani).

Ajaran ini menggugah seorang Muslim agar mau bekerja keras dalam segala bidang kehidupan, tidak hanya menyerah kepada nasib. Sebelum nasib tiba kita harus berusaha terlebih dahulu dengan penuh tawakkal kepada Allah.⁵

Sebagaimana firman Allah:

إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّى يُغَيِّرَ مَا بِأَنْفُسِهِمْ ۚ

Artinya : “Sesungguhnya Allah tidak akan pernah mengubah nasib suatu kaum, kecuali mereka berusaha sungguh-sungguh mengubah sebab-sebab kemunduran dirinya sendiri” (QS. Ar-Rad: 11).

Hal ini mendorong manusia berusaha untuk benar-benar menjadikan Allah sebagai satu-satunya kekuatan yang berkuasa, tunduk dan pasrah dalam menjalankan kebijaksanaan-Nya, dan melalukan amal dan perbuatan baik, baik secara vertikal (ibadah mahdhah) maupun horizontal (muamalah dan amaliah sosial), karena mereka percaya

⁴ Ali Hasan, *Manajemen Bisnis Syariah: Kaya di Dunia Terhormat di Akhirat*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), 3.

⁵ Buchari Alma, *Kewirausahaan: untuk Mahasiswa dan Umum*, (Bandung: Alfabeta, 2016), 255.

dalam keadilan Allah akan ada balasan pada tindakan terkecil sekalipun. Jadi intinya ialah inisiatif, motivasi, kreatif dan akhirnya akan meningkatkan produktivitas guna perbaikan kehidupan.⁶

Studi kelayakan bisnis sering disebut juga *feasibility study* merupakan bahan pertimbangan dalam mengambil suatu keputusan, apakah menerima atau menolak dari segi gagasan usaha/proyek yang direncanakan. Pengertian layak dalam penilaian ini adalah kemungkinan dari gagasan usaha/proyek yang dilaksanakan dan bermanfaat menghasilkan *benefit*.⁷

Studi kelayakan bisnis merupakan penelitian yang bertujuan untuk memutuskan apakah sebuah ide bisnis layak untuk dilaksanakan atau tidak. Sebuah ide bisnis dinyatakan layak untuk dilaksanakan jika ide tersebut dapat mendatangkan manfaat yang lebih besar bagi semua pihak (*stake holder*) dibandingkan dampak negatif yang ditimbulkan.⁸

Studi kelayakan usaha/bisnis atau disebut juga analisis proyek adalah penelitian tentang layak atau tidaknya suatu bisnis dilaksanakan dengan menguntungkan secara terus-menerus. Studi ini pada dasarnya membahas berbagai konsep dasar yang berkaitan tentang keputusan dan proses pemilihan proyek bisnis agar mampu memberikan manfaat ekonomis dan sosial sepanjang waktu. Hasil studi kelayakan bisnis pada prinsipnya bisa digunakan antara lain untuk melakukakah hal-hal berikut:

- a. Merintis usaha baru, misalnya: membuka toko, mendirikan perusahaan jasa, membangun pabrik, dan lain-lain.
- b. Mengembangkan usaha yang sudah ada, misalnya: untuk menambah kapasitas pabrik, memperluas skala usaha, dan lain-lain.

⁶ Ali Hasan, *Manajemen Bisnis Syariah: Kaya di Dunia Terhormat di Akhirat*, 1.

⁷ M. Yacob Ibrahim, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2009), 1.

⁸ Suliyanto, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Yogyakarta : CV. Andi Offset, 2010), 3.

- c. Memilih jenis usaha/investasi proyek yang paling menguntungkan, misalnya: pilihan usaha barang atau jasa, pilihan usaha dagang, dan lain-lain.⁹

Studi kelayakan bisnis adalah suatu kegiatan yang mempelajari secara mendalam tentang suatu usaha atau bisnis yang akan dijalankan, dalam rangka menentukan layak atau tidak usaha tersebut dijalankan. Untuk menentukan layak atau tidaknya suatu usaha dapat dilihat dari berbagai aspek. Setiap aspek untuk dapat dikatakan layak harus memiliki suatu standar nilai tertentu, namun keputusan penilaian tak hanya dilakukan pada salah satu aspek saja. Penilaian untuk menentukan kelayakan harus didasarkan kepada seluruh aspek yang akan dinilai nantinya. Aspek-aspek yang dinilai dalam studi kelayakan bisnis meliputi aspek hukum, aspek pasar, dan pemasaran, aspek keuangan, aspek teknis/operasional, aspek manajemen dan organisasi, aspek dampak lingkungan, aspek ekonomi dan sosial.¹⁰

Banyak rumusan pengertian studi kelayakan bisnis yang diberikan oleh para ahli ekonomi, diantaranya adalah:

- a. Studi kelayakan bisnis yang sering disebut dengan kelayakan proyek adalah penelitian tentang bisa tidaknya suatu proyek (biasanya merupakan proyek investasi) dilaksanakan dengan berhasil.
- b. Studi kelayakan bisnis difokuskan pada pendekatan keuangan perusahaan atau analisis finansial.
- c. Studi kelayakan bisnis adalah kegiatan penelitian yang dilakukan untuk menentukan pilihan jenis usaha/proyek mana yang layak (menguntungkan) untuk dilaksanakan.
- d. Studi kelayakan bisnis adalah suatu kegiatan mempelajari secara mendalam tentang layak atau tidaknya suatu usaha atau bisnis yang akan dijalankan. Mempelajari secara mendalam berarti, meneliti secara sungguh-sungguh data dan informasi, selanjutnya diukur dihitung dan dianalisis dengan menggunakan metode tertentu.

⁹ Suryana, *Kewirausahaan: Kiat dan Proses Menuju Sukses*, (Jakarta: Salemba Empat, 2013),152.

¹⁰ Kasmir, dan Jakfar, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Jakarta: Kencana, 2003), 7-8.

Memperhatikan rumusan-rumusan studi kelayakan bisnis tersebut dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud studi kelayakan bisnis adalah suatu kegiatan mempelajari atau meneliti secara sungguh-sungguh segala macam data dan informasi yang berkenaan dengan suatu kegiatan bisnis, dan selanjutnya data dan informasi itu dihitung dan dianalisis dengan suatu metode tertentu yang biasa dipakai dalam penelitian bisnis.¹¹

Studi kelayakan apabila diletakkan pada objek pendirian sebuah usaha baru disebut studi kelayakan proyek. Jika objeknya adalah pengembangan usaha berarti usaha yang sudah berjalan, namun direncanakan ada pengembangan, maka studi kelayakan disebut studi kelayakan bisnis. Jadi studi kelayakan bisnis adalah studi kelayakan yang digunakan untuk menilai kelayakan dalam pengembangan sebuah usaha.¹²

2. Kriteria Kelayakan

Ukuran kriteria kelayakan suatu bisnis menyangkut pencapaian yang dilakukan, jika melihat perusahaan swasta dan pemerintah, kriteria kelayakan yang akan dilihat adalah menjadi berbeda. Karena ukuran kelayakan yang dimaksud di sini adalah keberhasilan yang di miliki oleh lembaga tersebut. Kalau perusahaan swasta dikatakan sudah memiliki kelayakan yaitu pada saat perusahaan tersebut sudah dianggap mampu untuk memberikan keuntungan yang maksimum kepada para pemegang saham secara sistematis setiap tahunnya. Namun kriteria menurut pemerintah baik ditingkat provinsi, maupun kabupaten/kota adalah pada saat publik telah terlayani saat melakukan berbagai urusan di lembaga tersebut secara baik dan cepat tanpa mengalami hambatan diluar ketentuan pemerintah.¹³

Namun biasanya untuk melihat kriteria pemerintah biasanya menjadi lebih luas aspek kajiannya, sebagaimana yang dikatakan oleh Iman Soeharto “pemerintah mempunyai

¹¹ M.Ma'ruf Abdullah, *Studi Kelayakan Bisnis*, 2.

¹² Ahmad Subagyo, *Studi Kelayakan: Teori dan Aplikasi*, 6-7.

¹³ Danang Sunyoto, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Jakarta: CAPS (center of academic public service), 2014), 13.

kriteria yang lebih luas lagi, seperti pertumbuhan ekonomi, kesejahteraan masyarakat, dan juga mendorong prakarsa swasta”.

3. Tujuan Studi Kelayakan Bisnis

Tujuan untuk memahami secara lebih dalam tentang studi kelayakan bisnis (*feasible study*), tujuannya tidak terlepas pada cita-cita dan harapan yang diharapkan oleh pihak-pihak yang berkepentingan, dalam hal ini Kasmir dan Jakfar mengatakan paling tidak ada lima tujuan mengapa sebelum suatu usaha atau proyek dijalankan perlu dilakukan studi kelayakan yaitu:

- a. Menghindari risiko kerugian
- b. Memudahkan perencanaan
- c. Memudahkan pelaksanaan pekerjaan
- d. Memudahkan pengawasan
- e. Memudahkan pengendalian¹⁴
- f.

4. Aspek-aspek Studi Kelayakan Bisnis

Secara umum suatu pengerjaan proyek/usaha yang akan dilakukan dianggap *feasible* adalah apabila memenuhi kriteria:

- a. Proyek/usaha yang dikerjakan tersebut mampu memberikan manfaat yang berarti kepada *public* (masyarakat).
- b. Proyek/usaha yang dikerjakan tersebut adalah dianggap mampu berkembang (*expand*) yang terpenting memiliki kondisi kontinuitas usaha yang tinggi.
- c. Proyek/usaha yang dikerjakan itu nantinya diperkirakan akan mampu tahan terhadap berbagai goncangan ekonomi (*economic fluctuation*) baik karena faktor domestik maupun global.
- d. Proyek/usaha yang tahan terhadap berbagai masalah termasuk jika timbulnya krisis kepercayaan.
- e. Proyek/usaha tersebut diharapkan akan bisa menampung lapangan pekerjaan atau secara tidak langsung telah

¹⁴ Irham Fahmi, *dkk, Studi Kelayakan Bisnis: Teori dan Aplikasi*, (Bandung: Alfabeta, 2010), 17-18.

- mencoba mengurangi angka pengangguran (*unemployment*).
- f. Proyek/usaha yang sedang dilaksanakan tersebut adalah searah dengan konsep rencana pembangunan pemerintah baik pemda atau pusat (*local government and government plant*).
 - g. Manajer yang membawahi pengerjaan proyek/usaha adalah orang yang memiliki pengalaman (*experience*) dan pendidikan (*education*) yang cukup.
 - h. Manajer dan karyawan yang mengerjakan proyek/usaha tersebut adalah memiliki *performence* yang dapat dipertanggungjawabkan secara konsep manajemen modern, seperti kedisiplinan, kejujuran, loyalitas, dan keinginan untuk terus memperbaiki kesalahan.
 - i. Diharapkan proyek/usaha tersebut berkeinginan untuk jangka panjang untuk menerapkan penggunaan teknologi modern guna mengantisipasi perkembangan teknologi yang dinamis juga untuk mengantisipasi akan munculnya para pesaing.

Untuk membuat analisis studi kelayakan bisnis (SKB) tersebut menjadi lebih kuat maka perlu juga diperhatikan hal-hal dibawah ini, yaitu beberapa aspek yang tidak bisa dihilangkan dalam kajian kelayakan yaitu:

- a. Aspek sumber daya manusia (*human resources aspect*)
- b. Aspek keuangan (*financial aspect*)
- c. Aspek pemasaran (*marketing aspect*)
- d. Aspek produksi (*production aspect*)
- e. Aspek teknis (*technical aspect*)
- f. Aspek kemanfaatan (*benefit aspect*)
- g. Aspek yuridis (*juridical aspect*)
- h. Aspek kesempatan kerja (*opportunity job aspect*)
- i. Aspek lingkungan (*environment aspect*)¹⁵

B. Transportasi dan Transportasi online

1. Pengertian Transportasi

Transportasi adalah kegiatan pemindahan barang (muatan) dan penumpang dari suatu tempat ke tempat lain.

¹⁵ Irham Fahmi, dkk, *Studi Kelayakan Bisnis: Teori dan Aplikasi*, 19-20.

Dalam transportasi terlihat ada dua unsur yang terpenting, yaitu perpindahan/pergerakan (*movement*) dan secara fisik mengubah dari barang (komoditi) dan penumpang ke tempat lain.¹⁶

Adisasmita berpendapat transportasi adalah suatu kegiatan mengangkut atau memindahkan muatan baik manusia atau barang. Secara umum pada era modern dan global transportasi digambarkan sebagai kendaraan yang dapat mengangkut sebuah muatan dalam jumlah banyak dalam satu kali kerja, sehingga dapat memberikan hasil yang efektif dan efisien. Transportasi menjadi sebuah ikon kebutuhan penting dalam kehidupan sebagai sarana menunjang aktivitas dalam kegiatan sehari-hari dan diharapkan mampu menjadi komponen penunjang yang sesuai dengan fungsi dan manfaatnya.

2. Manfaat dan Fungsi Transportasi

Manfaat Transportasi menurut Adisasmita, menyatakan bila transportasi memiliki 3 buah manfaat diantaranya:

a. Manfaat Transportasi dalam Ekonomi

Manfaat transportasi secara ekonomi adalah berfungsi memperluas pasar dalam kegiatan ekonomi, sebagai sarana distribusi dalam kegiatan produksi, sebagai sarana spesialisasi produksi dalam suatu daerah sesuai dengan potensi produksi baik secara sumber daya alam ataupun sumber daya manusianya.

b. Manfaat Transportasi dalam sosial

Manfaat transportasi secara sosial adalah mampu memberikan kontribusi dalam kegiatan sosial seperti dengan kendaraan bantuan. Contoh di Indonesia misalnya ambulance, kendaraan operasional BNPB (Badan Nasional Penanggulangan Bencana) mobil perpustakaan keliling dan lain sebagainya.

¹⁶ Salim, H.A. Abbas, *Manajemen Transportasi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004), 6-9.

c. Manfaat Transportasi dalam politik.

Manfaat transportasi dalam bidang politik sebagai sarana handal dalam menunjang kebijakan politik suatu negara atau daerah diantaranya kebijakan diplomatik terhadap suatu kondisi yang memungkinkan berimbang pada kebijakan militer, sebagai gangguan keamanan baik dalam negeri atau luar negeri.

Transportasi dalam fungsinya memiliki peranan vital dalam perencanaan pembangunan perekonomian suatu negara atau daerah. Hal ini dikarenakan bila dalam kegiatan perekonomian memiliki tiga komponen yaitu produksi, konsumsi dan distribusi. Distribusi menjadi komponen utama kegiatan perekonomian yang mampu dijalankan oleh transportasi sehingga keefektifan maupun efisiensi bisa berjalan dengan baik.¹⁷

3. Faktor Eksternal yang Mempengaruhi Transportasi

Faktor eksternal yang mempengaruhi transportasi:

a. Undang-Undang/Peraturan Pemerintah

UU atau kebijakan pemerintah merupakan faktor yang dominan mempengaruhi terhadap pengelolaan usaha transportasi.

b. Kebijakan/Peraturan pihak Pemerintah Pusat dan Daerah

Kebijakan pemerintah yang ikut mempengaruhi atas usaha transportasi adalah kebijakan yang dikeluarkan oleh pemerintah mengenai pengadaan bis untuk umum (ada merek, jenis-jenis tertentu yang ditentukan oleh pemerintah yang bisa dipakai untuk umum) selain itu ada UU yang mengatur mengenai transportasi.¹⁸

4. Transportasi Online

Pengertian transportasi online menurut para ahli adalah:

a. Menurut Ellen pengertian transportasi online adalah bentuk dari pengembangan potensi dan peran transportasi

¹⁷ Alief Rakhman Setyanto dan Bhimo Rizky Samudro, *Kajian Determinan Biaya Transaksi Taksi Konvensional Dengan Biaya Transaksi Taksi Online*, Jurnal Online, SEMNAS FEKON (2016) : 516-517.

¹⁸ Salim, H.A. Abbas, *Manajemen Transportasi*, 7-9.

- nasional yang sekaligus mendukung pembangunan ekonomi dan pengembangan wilayah.
- b. Menurut Doni pengertian transportasi online adalah salah satu penyelenggaraan lalu lintas dan angkutan jalan yang mengandalkan dan memanfaatkan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi.
 - c. Menurut Brenda pengertian transportasi online adalah wahana yang digunakan sebagai pemindah barang atau manusia dari satu tempat ke tempat yang lain, yang menjadi hal penting dari transportasi online ini adalah berbasis teknologi yang canggih.
 - d. Menurut Adinda pengertian transportasi online adalah angkutan umum yang biasa digunakan namun dioperasikan melalui online baik pemesanan maupun pembayaran.
 - b. Menurut Unair pengertian transportasi online adalah perusahaan transportasi yang menggunakan suatu aplikasi penghubung diantara pelanggan dan pengemudi untuk mempermudah pemesanan dan pembayaran.¹⁹

Jadi dapat disimpulkan bahwa transportasi online adalah suatu penyelenggaraan lalu lintas dan angkutan jalan yang berjalan dengan mengikuti serta memanfaatkan perkembangan ilmu pengetahuan (teknologi) berbasis aplikasi dan online baik untuk pemesanan maupun pembayaran.

Online adalah sesi dimana suatu sesi hubungan komunikasi sedang berlangsung.²⁰

C. GO-JEK

1. Pengertian GO-JEK

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. GO-JEK telah

¹⁹“Pengertian Transportasi Online,” Diakses pada tanggal 26 juli, 2018.
<https://belajarpsikologi.com/pengertian-transportasi-online/>

²⁰ Budi Sutedjo Darma Oetomo, *dkk, i-CRM Membina Relasi dengan Pelanggan.Com*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2003), 160.

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.

2. Misi GO-JEK

GO-JEK mempunyai 3 misi, yaitu:

- Kecepatan: melayani dengan cepat, dan terus belajar dan berkembang dari pengalaman.
- Inovasi: terus menawarkan teknologi baru untuk mempermudah hidup anda.
- Dampak Sosial: memberikan dampak positif sosial sebesar-besarnya untuk masyarakat Indonesia.²¹

GO-JEK adalah perusahaan penyedia jasa pemesanan ojek yang menggunakan teknologi aplikasi android. Aplikasi GO-JEK dapat diunduh melalui *smartphone* baik android dan iOS. Langkah awal sebelum menggunakan layanan GO-JEK adalah melakukan registrasi dengan memasukkan alamat email, nama, nomor telepon, dan password. Setelah registrasi berhasil, pengguna dapat memilih layanan yang tersedia di dalam aplikasi GO-JEK.

Langkah selanjutnya, setelah memilih layanan GO-JEK pengguna memasukkan alamat tempat asal dan alamat tujuan. Kemudian aplikasi GO-JEK akan menampilkan informasi mengenai keberadaan pengendara, prediksi waktu, identitas pengendara (nama, foto, nomor telepon), dan harga. Setelah proses penggunaan pelayanan selesai, aplikasi GO-JEK memberikan kesempatan bagi pengguna untuk

²¹ "Pengertian Go-jek," Diakses pada tanggal 3 Agustus, 2018.
<https://www.go-jek.com/about/>

memberikan penilaian atas pelayanan yang diberikan oleh pengendara GO-JEK.²²

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

GO-JEK telah mendapatkan pendanaan dari beberapa investor, antara lain Sequoia India, Northstar Group, DST Global, NSI Ventures, Rakuten Ventures, dan Formation Group. Investor terbaru dari GO-JEK yaitu KKR&Co. Menambah suntikan dana sebesar USD 550 juta. Hingga pertengahan 2016, GO-JEK telah memiliki 200.000 mitra pengemudi motor dan mobil, 35.000 mitra penjual untuk Go-Food, dan 3.000 mitra *on-demand services*.

Nadiem memanfaatkan *gadget* untuk usahanya ini. Pelanggan dapat memperoleh ojek hanya dengan *smartphone*, dilengkapi dengan GPS yang memudahkan melacak posisi ojek saat itu. Tarif dihitung variatif, bergantung dari jarak yang ditempuh. Jadi, macet separah apapun tidak akan mempengaruhi harga. Ditambah lagi anda akan langsung mengetahui jumlah biaya yang harus dibayarkan saat akan melakukan order. Proses pembayaran ada dua cara, yak i cash dan Go-Pay.²³

²² Fania Darma Amajida, Kreativitas Digital Dalam Masyarakat Risiko Perkotaan: Studi Tentang Ojek Online Go-Jek Di Jakarta, *Jurnal Informasi Kajian Ilmu Komunikasi*, No 1 Volume 46. Juni (2016), : 118, Diakses: 13 Maret 2018.

²³ Andika Drajat S dan Dita Kartika M, *Startup Guidebook: Panduan Memulai Startup Bisnis yang Harus Kamu Tahu*, 172-173.

3. Layanan GO-JEK

GO-JEK memberikan beberapa layanan, yaitu:

- a. GO-RIDE: Memberikan jasa transportasi kepada pengguna untuk mengantarkan pengguna berpergian ke tempat yang dituju.
- b. GO-SEND: Jasa pengiriman barang dengan menggunakan sepeda motor yang dapat dipesan secara online.
- c. GO-MART: Memberikan jasa untuk berbelanja kebutuhan sehari-hari pengguna. GO-MART dapat melayani pembelian di supermarket, *pet shop*, *office supplies*, dan toko perbelanjaan lainnya. Pengendara GO-JEK akan membeli barang pesanan dan mengantarkannya ke alamat yang dituju. Batas pembelian maksimal Rp 1.000.000,- setiap order.
- d. GO-FOOD: Jasa untuk pesan antar makanan ke alamat yang dituju. Pengguna dapat memilih makanan dan restoran yang diinginkan melalui aplikasi yang tersedia. Untuk jasa GO-FOOD, pihak GO-JEK juga membatasi maksimal total harga makanan sebesar Rp 1.000.000,- dalam satu order.
- e. GO-BOX: Jasa mengangkut barang dalam jumlah yang banyak, dengan menggunakan mobil bak terbuka ataupun tertutup. GO-BOX dapat dimanfaatkan oleh pengguna untuk pindah rumah, pindah kantor, atau lainnya.
- f. GO-CAR: Jasa layanan antar-jemput dengan jarak maksimum pengantaran hingga 100 km, *customer* akan mendapatkan berbagai macam mobil dengan kapasitas maksimum 4 orang penumpang.
- g. GO-TIX: Layanan dimana *customer* bisa membeli tiket nonton di bioskop, event atau tiket pertandingan olahraga.
- h. GO-MED: layanan untuk *customer* yang ingin membeli obat, vitamin dan kebutuhan kesehatan lainnya di apotek berlisensi yang sudah tersedia di GO-MED.
- i. GO-SHOP: Layanan belanja yang memudahkan *customer* untuk membeli barang atau makanan di toko yang tidak terdaftar pada layanan GO-FOOD dan GO-MART dalam

satu area yang sama. Maksimal jarak pengantaran dari tempat belanja ke lokasi *customer* adalah 25 km.²⁴

- j. GO-PAY: sebuah saldo/kredit yang *customer* pakai sebagai alat transaksi jika memesan jasa GO-JEK, atau gampangnya GO-PAY adalah uang *customer* yang ditukar jadi saldo di aplikasi GO-JEK.

D. Penelitian Terdahulu

Ada beberapa penelitian yang dilakukan sebelumnya dan berhubungan dengan kelayakan bisnis serta dapat dijadikan sebagai acuan. Penelitian tersebut antara lain:

1. Wiratri Anindhita, Melisa Arisanty, dan Devie Rahmawati (2016), dengan judul “*Analisis Penerapan Teknologi Komunikasi Tepat Guna Pada Bisnis Transportasi Ojek Online (Studi pada Bisnis Gojek dan Grab Bike dalam Penggunaan Teknologi Komunikasi Tepat Guna untuk Mengembangkan Bisnis Transportasi)*”. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa kehadiran Gojek dan Grab Bike memberikan kontribusi yang sangat signifikan bagi kehidupan sosial masyarakat. Beberapa perubahan sosial dan *mindset* tentang ojek online seperti peralihan penggunaan teknologi sebagai sarana pemesanan transportasi umum, peningkatan citra transportasi ojek sebagai sarana transportasi solutif, cepat, bebas macet, aman dan nyaman. Ojek online saat ini menjadi solusi yang memberikan manfaat kepada masyarakat karena penerapan teknologi komunikasi secara tepat guna.

Perbedaan penelitian penulis dengan penelitian tersebut adalah penulis lebih memfokuskan pada kelayakan bisnis transportasi ojek online yang beroperasi di kabupaten Kudus dalam rangka memberikan manfaat kepada publik (masyarakat) dan bisa menampung lapangan pekerjaan serta secara tidak langsung dapat mencoba mengurangi angka pengangguran (*unemployment*). Sedangkan pada penelitian terdahulu lebih memfokuskan pada konsistensi ojek online dalam penerapan teknologi tepat guna untuk menjawab

²⁴ “Layanan Go-jek,” Diakses pada tanggal 11 Agustus, 2018. <https://driver.go-jek.com>

masalah sosial dan kekhawatiran masyarakat di ibu kota Jakarta.

Persamaan dalam penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah sama-sama membahas tentang kelayakan penerapan transportasi ojek online GO-JEK di Kabupaten Kudus yang sangat bermanfaat dan memberikan kontribusi signifikan bagi masyarakat, dan dapat mengubah *mindset* tentang ojek online seperti peralihan penggunaan teknologi sebagai sarana pemesanan transportasi berbasis online.

2. Nafisa Choirul Mar'ati dan Tri Sudarwanto (2016), dengan judul "*Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Ojek Online (Studi pada Konsumen Gojek di Surabaya)*". Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan (X_1) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan sekitar 2,237 didukung pula dengan tingkat signifikansi sebesar $0,028 < 0,05$ atau 5%, sedangkan harga (X_2) diketahui memiliki nilai sebesar 3,534 didukung pula dengan tingkat signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$ atau 5%, hal ini menunjukkan variabel yang dominan dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah variabel (X_2). Sedangkan variabel kualitas layanan (X_1) dan harga (X_2) memiliki pengaruh secara simultan terhadap kepuasan pembelian. Hal ini dapat dilihat dari besarnya nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,198.

Perbedaan penelitian tersebut dengan ini adalah pada penelitian ini lebih memfokuskan pada kelayakan bisnis transportasi online GO-JEK yang beroperasi di Kabupaten Kudus, dimana layak atau tidaknya ini dapat dilihat dari beberapa aspek diantaranya pemasaran, sumber daya manusia, teknis, kesempatan kerja dan kemanfaatan. Sedangkan pada penelitian terdahulu lebih memfokuskan pada variabel kualitas layanan dan harga ternyata berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi ojek online GO-JEK di Surabaya.

Persamaan dalam penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah objeknya sama-sama membahas tentang transportasi ojek online GO-JEK.

3. Reza Fiqhi Lazuardi, Lisy Fitria, dan Abu Bakar (2014), dengan judul "*Analisis Kelayakan Mobile Carwash di Kota Bandung*". Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa

berdasarkan analisis kelayakan usaha untuk lima aspek, yaitu: aspek pasar, aspek teknis, aspek legal, aspek manajemen sumber daya manusia (SDM), dan aspek finansial serta perhitungan analisis sensitivitas yang sudah dilakukan maka disimpulkan bahwa usaha *Mobile Carwash* memenuhi kriteria dan layak untuk dijalankan.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah penelitian ini lebih memfokuskan pada analisis kelayakan bisnis transportasi online pada dengan objeknya yaitu GO-JEK, yang diterapkan di Kabupaten Kudus, sedangkan pada penelitian terdahulu memfokuskan pada bisnis *Mobile Carwash* di kota Bandung.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah sama-sama membahas tentang analisis kelayakan pada suatu bisnis dengan menggunakan beberapa aspek untuk menentukan layak atau tidaknya bisnis tersebut dijalankan, diantaranya: aspek pemasaran, aspek sumber daya manusia (SDM), aspek teknis, aspek kesempatan kerja, dan aspek kemanfaatan.

4. Ilham Adi Nugroho, Abu Bakar, dan Lisye Fitria, dengan judul "*Analisis Kelayakan Usaha Pencucian Kendaraan Bermotor Studi Kasus Purwokerto Timur Jawa Tengah*". Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa dalam melakukan analisis kelayakan usaha cucian kendaraan bermotor ada lima aspek yang harus dilakukan analisis kelayakan diantaranya, aspek pasar, aspek teknis, aspek legal dan lingkungan, aspek sumber daya manusia, serta aspek finansial. Berdasarkan semua aspek yang dianalisis tersebut, disimpulkan bahwa usaha cucian kendaraan bermotor layak untuk didirikan.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah pada penelitian ini lebih memfokuskan pada kelayakan bisnis transportasi online GO-JEK di Kabupaten Kudus sebagai objek penelitian ini. Sedangkan pada penelitian terdahulu menganalisis tentang kelayakan usaha pencucian kendaraan bermotor di Purwokerto Timur-Jawa Tengah

Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah sama-sama membahas tentang analisis kelayakan pada suatu bisnis dengan menggunakan beberapa aspek untuk

menentukan layak atau tidaknya bisnis tersebut dijalankan, diantaranya: aspek pemasaran, aspek sumber daya manusia (SDM), aspek teknis, aspek kesempatan kerja, dan aspek kemanfaatan.

5. Anis Agustin Dan Khuzaini, dengan judul “*Persepsi Masyarakat Terhadap Penggunaan Transportasi Online (GO-JEK) Di Surabaya*”. Hasil penelitiannya tersebut menunjukkan bahwa persepsi masyarakat terhadap transportasi *online* di Surabaya (GO-JEK) sangat positif. Masyarakat dari berbagai macam usia, latar belakang dan profesi, mereka mempunyai persepsi yang sama terhadap transportasi *online* (GO-JEK). Di era *globalisasi* dan *modern*, bila sesuatu perusahaan tidak hanya jasa saja, seluruh perusahaan bila tidak didukung dengan teknologi yang canggih maka akan ketinggalan dan bisnis yang dibangun tidak akan maju. Demikian dengan transportasi *online* yang menggunakan media elektronik disetiap pelayanannya. GO-JEK mampu membaca peluang serta mengikuti zaman. Mengingat GO-JEK sebagai perantara antara konsumen dan pengemudi. Pelayanan yang beragam, harga yang transparan serta aplikasi yang dimiliki adalah salah satu faktor utama yang disenangi oleh masyarakat di Surabaya.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah pada penelitian ini lebih memfokuskan pada kelayakan bisnis transportasi online berbasis aplikasi pada GO-JEK yang beroperasi di Kabupaten Kudus, apakah layak atau tidak bisnis tersebut ada di Kudus. Sedangkan penelitian terdahulu lebih memfokuskan pada persepsi masyarakat Surabaya yang memberikan respon positif terhadap adanya GO-JEK sebagai sarana transportasi berbasis online.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah sama-sama membahas mengenai objek yang sama yaitu GO-JEK, dimana dengan adanya GO-JEK banyak memberikan manfaat kepada publik/masyarakat yang sesuai dengan apa penulis teliti, yaitu salah satunya memenuhi aspek kelayakan bisnis yaitu aspek kemanfaatan.

G. Kerangka Berpikir

Bisnis transportasi berbasis aplikasi online merupakan salah satu bisnis yang bergerak dibidang jasa dan sekarang ini sedang berkembang di berbagai daerah, terutama di Indonesia. Salah satunya yaitu bisnis jasa transportasi roda dua atau sering disebut dengan nama ojek. Perusahaan penyedia jasa transportasi online tersebut salah satunya adalah GO-JEK yang merupakan hasil ide dari orang Indonesia sendiri dengan memanfaatkan peluang yang ada menjadi sebuah bisnis nyata dan akhirnya bisa berkembang pesat sampai sekarang.

Fenomena ojek online dengan kehadiran GO-JEK di Indonesia memberikan ketertarikan tersendiri bagi peneliti untuk meneliti dan menganalisis secara mendalam mengenai bisnis ini. Terutama yang berkaitan dengan kelayakan bisnis jasa transportasi online berbasis aplikasi yang ada di Kabupten Kudus-Jawa Tengah. Dimana *notabene* Kabupaten Kudus dikenal dengan sebutan kota Wali dan kota Santri. Berdasarkan peluang pasar konsumen tersebut keberadaan GO-JEK dapat memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam hal mobilisasi ke berbagai tempat yang dituju dengan aman dan nyaman serta kemudahan dari aplikasi yang digunakan.

Berdasarkan bisnis online tersebut, penulis tertarik untuk mengkaji studi kelayakan bisnis GO-JEK yang pada prinsipnya adalah untuk menilai kemungkinan seberapa besar keberhasilan bisnis/usaha yang akan dilaksanakan, baik untuk perluasan dan peningkatan bisnis yang sudah ada. Layak atau tidaknya bisnis GO-JEK yang ada di Kabupaten Kudus dapat dilihat dari beberapa aspek yang perlu untuk dikaji, yaitu:

1. Aspek pemasaran, dimana agar bisnis jasa online GO-JEK ini dapat didistribusikan sampai ke konsumen dan berbagai tempat terutama masyarakat di Kabupaten Kudus dan wilayah sekitarnya.
2. Aspek sumber daya manusia (SDM), aspek ini mencakup pada kapabilitas manajer dan karyawan yang berada di usaha/bisnis GO-JEK di Kabupaten Kudus dan wilayah sekitarnya.
3. Aspek teknis, aspek ini menyangkut keberadaan dari penerapan teknologi yang dipergunakan adalah sesuai dengan kemampuan *skill* dari karyawan GO-JEK yang mengerjakan bisnis tersebut dan juga dapat memudahkan bagi konsumen

yang menjadi target sasaran di Kabupaten Kudus dan wilayah sekitarnya.

4. Aspek kesempatan kerja, diharapkan bahwa dengan adanya GO-JEK diharapkan bisnis berbasis aplikasi online ini mampu untuk membuka lapangan pekerjaan baru bagi masyarakat terutama yang ada di Kabupaten Kudus dan juga wilayah sekitarnya.
5. Aspek kemanfaatan, dari adanya GO-JEK di Kabupaten Kudus diharapkan dapat bermanfaat dan membantu menyukseskan program pemerintah dalam pembangunan.

Ternyata beberapa *startup* di Indonesia membuktikan bahwa mereka mampu menunjukkan perkembangan bisnis yang sangat pesat. Dengan perkembangannya itu *startup* di Indonesia bahkan sampai diminati oleh investor asing. Gelar *unicorn* pun berhasil disandang oleh salah satu *startup* Indonesia yang pasti sudah sangat familiar, yaitu GO-JEK.

Adanya ojek online ini bisa mengubah *mindset* masyarakat tentang tukang ojek yang sering dipandang sebelah mata sebagai profesi rendahan. Terbukti dengan semakin banyaknya orang yang tertarik menjadi tukang ojek sebagai pekerjaan sampingan atau bahkan menjadi pekerjaan utama, hal ini bisa menjadi salah satu keberhasilan dari adanya ojek online. Selain itu kehadiran GO-JEK di Kabupaten Kudus dapat menyerap lapangan pekerjaan dan mendorong program pemerintah terutama pemerintah Kabupaten Kudus yaitu agar masyarakatnya mencapai kemakmuran.



2.1 Gambar Kerangka Berfikir

