

Nilai Budaya Startup yang Sukses: Pelajaran dari Gojek

Ani Kartini¹, Zikri Fadilah², Abdul Hakim Satria N³, Alif M. Ikhsan⁴, Muharman Lubis⁵

^{1,2,3,4,5} Fakultas Rekayasa Industri Universitas Telkom

Abstrak

Di era digital yang berkembang pesat, pentingnya budaya organisasi dalam mendorong transformasi digital tidak dapat dilebih-lebihkan. Studi ini memperkenalkan kerangka kerja komprehensif yang berakar pada evolusi budaya di GOJEK, sebuah perusahaan teknologi terkemuka di Asia Tenggara, yang menjelaskan dampak sinergis dari budaya internal, customer-centric, dan berorientasi bisnis pada transformasi digital. Berasal dari aspek penting dan analisis kasus dari perkembangan GOJEK, kerangka kerja ini mengklasifikasikan metamorfosis budaya menjadi tiga dimensi utama: Pemberdayaan Karyawan, Kepuasan Pelanggan, dan Kelincahan Bisnis. Aspek Budaya Internal berkonsentrasi pada pengembangan lingkungan tempat kerja yang memelihara otonomi, pembelajaran berkelanjutan, dan inovasi di antara karyawan. Sementara itu, budaya Customer-Centric menggarisbawahi nilai menyelaraskan pengembangan produk dan layanan dengan kebutuhan pelanggan, memanfaatkan umpan balik untuk penyempurnaan. Selain itu, Budaya Berorientasi Bisnis menggarisbawahi perlunya proses yang fleksibel dan penyesuaian pasar yang cepat untuk mempertahankan keunggulan kompetitif. Hasilnya menunjukkan bahwa strategi menyeluruh yang mencakup dimensi budaya ini tidak hanya meningkatkan efektivitas dan efisiensi organisasi tetapi juga memastikan ketahanan dan kemampuan beradaptasi di medan digital yang terus berubah. Penelitian ini berkontribusi pada pemahaman tentang bagaimana transformasi budaya mendukung kemajuan digital dan menawarkan wawasan praktis bagi organisasi yang ingin menavigasi seluk-beluk transformasi digital.

Kata Kunci: *Transformasi Digital, Transformasi Budaya, Transformasi*

Copyright (c) 2024 Ani Kartini

✉ Corresponding author :

Email Address : anikartini@student.telkomuniversity.ac.id,

zikrifadilah@student.telkomuniversity.ac.id

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi telah secara signifikan mengubah lanskap organisasi dan perusahaan di berbagai industri. Dalam era digitalisasi ini, evolusi teknologi informasi dan komunikasi yang cepat membawa transformasi substansial dalam proses operasional dan interaksi dengan para pemangku kepentingan. Dilema saat ini yang dihadapi oleh perusahaan terletak pada kemampuan mereka untuk menyesuaikan diri dengan perubahan teknologi yang cepat dan metode operasional baru. Sangat penting bagi mereka untuk secara konsisten menilai dan merevisi struktur, prosedur, dan pendekatan mereka untuk memastikan relevansi dan daya saing.

Namun demikian, kemajuan pesat dalam teknologi juga menimbulkan kekhawatiran. Organisasi yang gagal beradaptasi dengan cepat berisiko tertinggal dan mengorbankan keunggulan kompetitif mereka. Bahaya ini nyata, sebagaimana dibuktikan oleh banyak

contoh perusahaan terkemuka yang goyah karena kurangnya inovasi. Sebaliknya, perusahaan yang mahir dan segera merangkul teknologi akan mendapat manfaat dari pertumbuhan luar biasa dan meningkatkan posisi pasar mereka.

Dalam kerangka ini, transformasi digital muncul sebagai kunci utama untuk memperkuat ketahanan organisasi. Transformasi digital bukan hanya integrasi teknologi belaka; Ini mencakup perubahan mendasar dalam paradigma operasional dan keterlibatan pemangku kepentingan. Metamorfosis ini memerlukan infus solusi digital di semua aspek perusahaan, yang mengarah pada peningkatan efisiensi, penciptaan nilai, dan pengalaman pelanggan yang unggul.

Meskipun demikian, untuk unggul dalam transformasi digital, perusahaan harus menumbuhkan etos organisasi yang memperjuangkan inovasi, kolaborasi, dan kemampuan beradaptasi. Budaya perusahaan yang kuat dapat berfungsi sebagai katalis untuk mengatasi tantangan yang berasal dari kemajuan teknologi dan dinamika pasar. Perusahaan yang berkembang adalah perusahaan yang mampu membina lingkungan kerja yang fleksibel dan responsif, mendorong pembelajaran dan inovasi berkelanjutan di antara karyawan.

Wacana ini menggali bagaimana GOJEK, startup yang makmur, telah mendorong transformasi digital dengan menanamkan budaya perusahaan yang tangguh dan fleksibel. GOJEK telah mengalami berbagai fase budaya yang selaras dengan ekspansi dan evolusi bisnisnya. Transisi dari budaya internal yang menekankan kolaborasi dan efisiensi ke etos yang berpusat pada pelanggan yang memprioritaskan kepuasan pengguna, dan kemudian ke budaya berorientasi bisnis yang menekankan keberlanjutan dan skalabilitas.

Dengan mengekstrapolasi wawasan dari pengembaraan GOJEK, kita dapat melihat peran penting budaya startup dalam memperkuat keberhasilan transformasi digital dan ketahanan organisasi dalam lanskap kontemporer. Narasi ini akan menguraikan berbagai aspek budaya Gojek yang berkontribusi pada kemenangan transformasi digital mereka, dan menjelaskan bagaimana wawasan ini dapat dialihkan ke perusahaan lain yang berjuang untuk hasil yang serupa. Dengan demikian, tujuannya adalah untuk mengumpulkan perspektif tentang memperkuat ketahanan dan keberlanjutan organisasi melalui penanaman budaya adaptif dan perintis.

Digital Transformation (and Organizational Culture)

Tujuan utama dari transformasi digital adalah untuk mengoptimalkan operasi perusahaan, meningkatkan efisiensi, dan menciptakan nilai tambah dengan memanfaatkan teknologi. Organisasi yang menerapkan transformasi digital dapat mempercepat proses bisnis, mengurangi biaya, dan meningkatkan kualitas produk atau layanan. Teknologi digital memungkinkan perusahaan untuk mendapatkan wawasan yang lebih mendalam dari data, sehingga memfasilitasi pengambilan keputusan yang lebih tepat dan strategi (Lubis, Dzirkurrobi and Handayani, 2023). Selain itu, transformasi digital memungkinkan perusahaan untuk lebih responsif terhadap perubahan pasar dan kebutuhan pelanggan, yang pada akhirnya meningkatkan daya saing mereka.

Keunggulan utama yang dimiliki oleh organisasi yang berhasil menerapkan transformasi digital adalah peningkatan dalam agility, skalabilitas, dan inovasi (Mollah et al., 2023). Perusahaan-perusahaan tersebut menjadi lebih gesit dalam menanggapi tantangan dan peluang baru yang muncul, mampu menyesuaikan skala operasional sesuai dengan permintaan pasar, serta lebih inovatif dalam menciptakan produk dan layanan baru. Selain itu, transformasi digital juga dapat memperkuat hubungan dengan pelanggan melalui penyediaan pengalaman yang lebih personal dan terintegrasi, sehingga meningkatkan loyalitas dan kepuasan pelanggan (Febriyani, Lubis and Hendrawan, 2023).

Meskipun transformasi digital berfokus pada adopsi teknologi baru, aspek krusial lainnya adalah pengembangan budaya digital dalam organisasi (Mazali, 2018). Budaya digital mencakup nilai-nilai, perilaku, dan praktik yang mendukung penggunaan teknologi secara efektif dan inovatif (Brunetti et al., 2020). Hal ini termasuk kemampuan untuk beradaptasi dengan perubahan, kemauan untuk terus belajar, dan dorongan untuk berkolaborasi secara lebih efektif (Teichert, 2019). Sebagai contoh, di GOJEK, budaya internal yang menekankan

pada kolaborasi, inovasi, dan adaptabilitas telah menjadi fondasi penting dalam mendukung transformasi digital mereka.

Budaya digital juga mencakup penerapan praktik terbaik dalam pengelolaan data, keamanan informasi, dan etika digital. Dengan membangun budaya yang mendukung penggunaan teknologi secara bertanggung jawab dan efektif, perusahaan dapat memastikan bahwa transformasi digital mereka tidak hanya mengarah pada peningkatan operasional, tetapi juga berkelanjutan dan memberikan dampak positif jangka panjang.

Untuk memahami sepenuhnya kesuksesan transformasi digital, penting untuk melihat bagaimana budaya organisasi berperan dalam mendukung adopsi teknologi dan inovasi. Studi kasus GOJEK menunjukkan bahwa keberhasilan transformasi digital sangat bergantung pada pengembangan budaya yang kuat dan adaptif, yang mampu mengakomodasi perubahan dan mendorong pertumbuhan berkelanjutan.

METHODOLOGICAL APPROACH: A GOJEK CULTURE STUDY DESIGN

Makalah ini bertujuan untuk menganalisis dan memahami bagaimana budaya organisasi di GOJEK telah mendukung transformasi digital perusahaan. Dengan mengkaji secara mendalam budaya organisasi GOJEK, makalah ini bertujuan untuk memberikan panduan praktis yang dapat diadopsi oleh organisasi lain yang sedang atau akan menjalani transformasi digital.

Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus berbasis literatur. Kami mengumpulkan dan menganalisis berbagai artikel dan publikasi dari blog resmi GOJEK yang membahas tentang pengalaman, strategi, dan praktik budaya yang diterapkan oleh perusahaan. Literatur ini memberikan wawasan berharga tentang bagaimana budaya organisasi di GOJEK tidak hanya mendukung, tetapi juga mempercepat transformasi digital.

Tujuan dari membedah budaya organisasi GOJEK adalah untuk mengidentifikasi elemen-elemen kunci yang terbukti efektif dalam mendukung inovasi, kolaborasi, dan adaptasi teknologi. Dengan memetakan praktik terbaik ini, kami berharap dapat memberikan panduan yang berguna bagi organisasi lain yang mencari strategi untuk memperkuat budaya organisasi mereka dalam konteks transformasi digital.

Untuk mengumpulkan data, kami melakukan penelusuran ekstensif di portal blog milik GOJEK, yang merupakan sumber utama informasi tentang bagaimana perusahaan ini mengembangkan dan memelihara budayanya. Blog ini berisi berbagai artikel yang ditulis oleh karyawan dan pemimpin GOJEK, memberikan perspektif langsung tentang praktik budaya mereka.

Namun, makalah ini memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, penelitian ini hanya bergantung pada sumber-sumber yang tersedia secara publik di blog GOJEK dan tidak mencakup wawancara langsung atau data empiris dari karyawan atau pemimpin GOJEK. Kedua, fokus penelitian ini terbatas pada aspek budaya organisasi dan tidak mengeksplorasi faktor-faktor lain seperti struktur organisasi atau dinamika pasar yang juga dapat mempengaruhi transformasi digital. Meskipun demikian, kami percaya bahwa analisis ini akan memberikan wawasan yang berharga bagi organisasi lain yang ingin meniru kesuksesan GOJEK dalam menjalankan transformasi digital melalui penguatan budaya organisasi mereka.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan penelusuran, kesuksesan transformasi digital melalui budaya organisasi yang dilakukan oleh GOJEK terbagi menjadi 3 kelompok: internal, orientasi pelanggan, orientasi bisnis. Kemudian temuan tersebut disusun menjadi sebuah model yang membantu dalam merepresentasikan budaya organisasi yang dapat mendorong transformasi digital.

Budaya Internal: Adaptif, Kolaboratif, dan Progresif

Dalam kelompok budaya internal, didapatkan beberapa kata kunci terkait yang berhubungan dengan transformasi digital: adaptif, kolaboratif, dan progresif.

1. **Budaya Internal yang Mendukung Inovasi dan Adaptasi.** Budaya internal di GOJEK menunjukkan kemampuan beradaptasi yang tinggi, memungkinkan organisasi untuk terus berinovasi dan menyesuaikan diri dengan pasar dan tuntutan teknologi yang berkembang. Evolusi GOJEK dari call center dasar ke aplikasi super komprehensif mencerminkan adaptasinya yang cepat sejak awal. Inti dari kemampuan ini adalah pengakuan bahwa inovasi berkembang dalam lingkungan yang dinamis, bukan statis. GOJEK mengintegrasikan filosofi iteratif ke dalam pengembangan produk dan layanannya, menekankan pentingnya pendekatan “Iterate, Iterate, Iterate” (Gaur, 2018). Dengan mengulangi secara konsisten dan segera menindaklanjuti umpan balik, GOJEK secara konsisten memimpin dalam inovasi, meningkatkan kapasitas mereka untuk secara efektif memenuhi kebutuhan pengguna.
2. **Kolaborasi Mengatasi Tantangan dan Menciptakan Solusi Baru.** Kolaborasi memainkan peran penting dalam budaya internal GOJEK. Organisasi ini menggarisbawahi pentingnya upaya kolektif dalam menghadapi hambatan dan mengembangkan resolusi inovatif. Ilustrasi ini terlihat dalam kegiatan seperti “Open Fridays”, yang mempromosikan kolaborasi di antara staf dalam inisiatif sumber terbuka, menunjukkan dedikasi GOJEK untuk menumbuhkan budaya Kerjasama (Gaur, 2018). Dalam lingkungan yang sangat kolaboratif, karyawan memiliki kebebasan untuk bertukar ide, umpan balik, dan solusi, sehingga meningkatkan hasil kerja dan memperkuat ikatan tim. Melalui pertemuan stand-up harian dan penetapan jam kerja inti untuk kolaborasi, GOJEK memastikan bahwa semua anggota tim selaras dan berjuang menuju tujuan bersama, menumbuhkan sinergi yang kuat dalam mengatasi tantangan dan mengatasi masalah.
3. **Tumbuh Kembang Karyawan Sebagai Aset Utama.** GOJEK mengakui bahwa karyawannya merupakan aset vital dan menumbuhkan lingkungan yang kondusif untuk memfasilitasi kemajuan berkelanjutan mereka. Melalui penyediaan jalan untuk peningkatan keterampilan dan pengetahuan, GOJEK menjamin bahwa tenaga kerjanya tetap siap untuk mengatasi hambatan baru. Contoh seperti inisiatif pelatihan berkelanjutan dan prospek untuk mengambil bagian dalam upaya sumber terbuka berfungsi sebagai ilustrasi yang jelas dari komitmen GOJEK untuk memelihara kemajuan profesional karyawannya. Selain itu, pembentukan budaya yang menghargai kritik konstruktif dan pengakuan atas pencapaian individu dan kolektif menumbuhkan suasana yang memotivasi karyawan untuk bertahan dalam perjalanan pembelajaran dan pengembangan mereka (Salim, 2022). Dengan menggarisbawahi pentingnya pengembangan karyawan, GOJEK tidak hanya meningkatkan tingkat kepuasan dan retensi karyawan tetapi juga memastikan kehadiran tenaga kerja yang mahir dan termotivasi untuk mencapai tujuan perusahaan.

Budaya Orientasi Pelanggan: Mudah Digunakan, Terus-Menerus Meningkat, dan Otomatis

Selanjutnya, selain kelompok internal, terdapat juga budaya yang berorientasi pada pelanggan. Pada tingkat ini beberapa faktor yang mempengaruhi transformasi digital: mudah digunakan, berkelanjutan, dan otomatisasi.

1. **Fokus Pengalaman Pengguna yang Mudah dan Efisien.** Budaya yang berpusat pada konsumen di GOJEK menempatkan penekanan signifikan pada pentingnya mengembangkan antarmuka pengguna yang mudah dan efisien. Sejak awal, GOJEK telah berusaha untuk merampingkan layanan mereka untuk kenyamanan pengguna. Ilustrasi utama adalah pergeseran dari sistem pemesanan manual yang dioperasikan melalui call center ke aplikasi yang sepenuhnya otomatis. Melalui aplikasi ini, pengguna dapat meminta layanan dengan sedikit usaha, sehingga menghemat waktu dan energi. Antarmuka yang mudah dan berpusat pada pengguna ini tidak hanya memperkuat kepuasan pelanggan tetapi juga menumbuhkan kesetiaan dan

ketergantungan pada GOJEK. Dengan memprioritaskan keramahan pengguna, GOJEK berhasil mengembangkan aplikasi yang inklusif di semua demografi pengguna, melayani baik yang mahir secara teknologi maupun mereka yang kurang mengenal alat digital.

2. **Peningkatan Produk dan Layanan Berdasarkan Umpan Balik Pengguna.** GOJEK menunjukkan budaya yang menunjukkan tingkat penerimaan yang tinggi terhadap umpan balik pengguna, memungkinkan mereka untuk secara konsisten meningkatkan produk dan layanan mereka. Organisasi ini secara aktif mendengarkan masukan pengguna di berbagai platform seperti aplikasi, media sosial, dan saluran dukungan pelanggan. Selanjutnya, umpan balik ini menjalani analisis menyeluruh untuk mendorong penyempurnaan dan kemajuan berkelanjutan pada penawaran mereka. Salah satu contohnya adalah dimulainya fitur GO-FOOD, yang muncul langsung dari permintaan pengguna untuk memfasilitasi pesanan makanan dari tempat makan pilihan mereka. Dengan mengikuti metodologi yang berpusat pada pelanggan ini, GOJEK dapat segera menyesuaikan diri dengan tuntutan pasar yang terus berkembang dan meningkatkan perjalanan pengguna secara keseluruhan. Komitmen untuk peningkatan berkelanjutan ini menjamin bahwa layanan GOJEK tetap relevan dan selaras dengan antisipasi pengguna.
3. **Otomatisasi Untuk Meningkatkan Efisiensi dan Kepuasan Pengguna.** Salah satu fondasi utama dari budaya yang berpusat pada pelanggan yang didirikan di GOJEK melibatkan pemanfaatan otomatisasi untuk meningkatkan efisiensi operasional dan kepuasan pengguna. Melalui otomatisasi beragam proses, GOJEK mampu memberikan layanan yang lebih cepat dan lebih dapat diandalkan kepada penggunanya. Contoh ilustratif adalah transformasi sistem penugasan pengemudi manual menjadi yang sepenuhnya otomatis, memungkinkan pengemudi menerima pesanan dengan cepat dan efektif. Selain itu, fungsionalitas seperti pembayaran otomatis, pemantauan pesanan real-time, dan pemberitahuan otomatis berkontribusi untuk meningkatkan pengalaman pengguna dengan mengurangi kesalahan dan meningkatkan transparansi. Otomatisasi ini tidak hanya mempercepat pengiriman layanan tetapi juga memastikan keseragaman dalam pengalaman pengguna, sehingga mendorong kepuasan dan loyalitas pelanggan yang meningkat.

Budaya Berorientasi Bisnis: Berbasis Data, Efisien, Inovatif, dan Kreatif

Pada kelompok budaya berorientasi bisnis, tiga faktor yang mendukung kesuksesan transformasi digital: berbasis data, efisien, inovatif, dan kreatif.

1. **Pemanfaatan Data Untuk Keputusan Bisnis dan Pengembangan Produk.** Budaya berorientasi bisnis di GOJEK menekankan pemanfaatan data yang signifikan untuk memfasilitasi keputusan bisnis dan meningkatkan pengembangan produk. Memanfaatkan data sangat penting tidak hanya untuk memahami perilaku dan persyaratan pengguna tetapi juga untuk mengenali prospek pasar dan merampingkan operasi. GOJEK telah membentuk tim Data Engineer yang didedikasikan untuk memproses dan memeriksa sejumlah besar data, yang kemudian digunakan untuk merumuskan saran bisnis yang lebih cerdas dan strategis. Misalnya, data yang berasal dari transaksi pengguna digunakan untuk menentukan restoran populer dan memperluas layanan GO-FOOD. Melalui pendekatan data-sentris ini, GOJEK mampu membuat keputusan yang lebih terinformasi dan efektif, akibatnya meningkatkan kinerja bisnis dan kepuasan pelanggan.
2. **Efisiensi Operasional sebagai Landasan Pertumbuhan dan Skalabilitas.** Efisiensi operasional merupakan fondasi penting bagi pertumbuhan dan skalabilitas GOJEK. Sejak awal, GOJEK telah menempatkan penekanan pada otomatisasi dan peningkatan proses yang ditujukan untuk pengurangan biaya dan peningkatan kecepatan layanan. Contoh kasus adalah pemanfaatan sistem otomatis untuk alokasi driver dan pemrosesan pesanan, menampilkan implementasi efisiensi operasional. Efisiensi ini memberdayakan GOJEK untuk menangani banyak pesanan setiap hari dengan tingkat

konsistensi dan keandalan yang menonjol. Selain itu, efisiensi operasional memberdayakan organisasi untuk mendistribusikan sumber daya secara efektif, memfasilitasi ekspansi cepat ke pasar baru dan pengenalan layanan baru tanpa mengorbankan kualitas. Penekanan pada efisiensi operasional ini menjamin kemampuan GOJEK untuk berkembang dan menyesuaikan dengan cepat tuntutan pasar yang terus berkembang.

3. **Inovatif dan Kreatif Hadapi Tantangan.** Budaya perusahaan di GOJEK menempatkan penekanan kuat pada inovasi dan kreativitas ketika dihadapkan dengan tantangan. Di tengah persaingan yang ketat dan lanskap bisnis yang terus berkembang, kapasitas untuk berpikir kreatif dan inovatif memainkan peran penting agar tetap relevan dan kompetitif. GOJEK menumbuhkan budaya yang mendorong tenaga kerjanya untuk menghasilkan ide-ide baru dan menemukan resolusi baru untuk masalah yang ada, baik melalui menciptakan produk baru atau meningkatkan prosedur saat ini. Strategi ini telah mengarah pada pengenalan beragam layanan inovatif seperti GO-PAY, GO-FOOD, dan GO-SEND, yang tidak hanya memenuhi kebutuhan pengguna tetapi juga menciptakan aliran pendapatan tambahan untuk organisasi. Dengan terus mempromosikan inovasi dan kreativitas, GOJEK memastikan kehadirannya yang berkelanjutan sebagai pemimpin di sektor teknologi dan jasa.

Penyelarasan GOJEK sebelum dan sesudah bertransformasi kultur

1. Sebelum Transformasi

Pada masa awal berdirinya, Gojek hanya memiliki sedikit jumlah pengemudi, yaitu sebanyak 20 orang. Ketika itu, Gojek belum meluncurkan aplikasi transportasi online yang dikenal sekarang. Sebagai gantinya, mereka menggunakan layanan call center untuk menghubungkan penumpang dengan para pengemudi. Meski terbatas, semangat dan komitmen para pengemudi serta pendiri Gojek dalam memberikan layanan yang andal dan efisien menjadi fondasi yang kuat bagi pertumbuhan perusahaan.

Layanan call center ini menjadi jembatan penting antara penumpang dan pengemudi, memastikan bahwa setiap permintaan transportasi dapat terpenuhi dengan baik. Keberhasilan layanan ini tidak lepas dari ketekunan dan kerja keras tim Gojek dalam memastikan setiap detail operasional berjalan lancar. Mereka fokus pada pengalaman pelanggan yang positif, sehingga meskipun belum memiliki teknologi canggih seperti sekarang, Gojek mampu menarik perhatian masyarakat.

Seiring berjalannya waktu, Gojek mulai mengeksplorasi berbagai cara untuk meningkatkan efisiensi dan kualitas layanan mereka. Inovasi demi inovasi dilakukan, hingga akhirnya Gojek meluncurkan aplikasi transportasi online yang mempermudah proses pemesanan dan memperluas jangkauan layanan. Transformasi ini tidak hanya meningkatkan jumlah pengemudi yang bergabung, tetapi juga memperkuat posisi Gojek sebagai pionir dalam industri transportasi berbasis aplikasi di Indonesia.

Dengan aplikasi yang terus berkembang, Gojek berhasil mengubah wajah transportasi di Indonesia, menawarkan solusi yang lebih cepat, aman, dan nyaman bagi jutaan pengguna. Keberhasilan Gojek dari awal yang sederhana hingga menjadi perusahaan teknologi besar adalah bukti nyata dari visi yang kuat, dedikasi, dan inovasi yang tiada henti.

2. Setelah Transformasi

Pada tahun 2014, Gojek memperoleh tawaran investasi dan meluncurkan aplikasi untuk Android dan iOS pada 7 Januari 2015. Dengan peluncuran aplikasi tersebut, Gojek tidak lagi menggunakan call center. Perubahan ini diikuti dengan peningkatan signifikan jumlah mitra pengemudi, dengan tercatat sekitar 2,7 juta mitra pengemudi terdaftar per 31 Desember 2022.

Gojek menyediakan berbagai layanan yang fokus pada transportasi online, seperti GoRide, GoCar, GoFood, GoMart, GoBox, dan GoSend di Kota Medan. Pada 17 Mei 2021, Gojek bergabung dengan Tokopedia, membentuk Grup GoTo yang menandai transformasi besar dalam struktur dan operasi perusahaan. Transformasi digital yang signifikan ini

memungkinkan Gojek untuk meningkatkan layanan dan inovasi bagi konsumen serta memperkuat posisinya dalam industri transportasi online.

Kolaborasi dengan Tokopedia juga memperluas layanan Gojek yang kini mencakup pembayaran digital melalui GoPay. Kehadiran Gojek tidak hanya terbatas di Indonesia, tetapi juga meluas ke Thailand, Vietnam, dan Singapura, menunjukkan ekspansi jangkauan dan pengaruh pasar yang kuat.

Roadmap GOJEK

Gambar 1 berikut menjabarkan timeline perjalanan dan pencapaian penting Gojek sejak didirikan hingga bergabung dengan Tokopedia untuk membentuk GoTo. Berikut adalah penjelasan dari setiap tahapan dalam timeline tersebut:

Gambar 1 Roadmap GOJEK



Pada tahun 2010, Gojek didirikan oleh Nadiem Makarim dengan tujuan memberikan solusi transportasi yang lebih efisien dan praktis di Indonesia. Operasi awal Gojek dimulai dengan hanya 20 pengemudi yang terhubung dengan penumpang melalui layanan call center. Pendekatan ini bertujuan untuk memanfaatkan potensi besar ojek dalam mengatasi kemacetan di Jakarta dan menyediakan layanan transportasi yang lebih terorganisir.

Tahun 2015 menandai titik balik penting bagi Gojek dengan peluncuran aplikasi transportasi online. Aplikasi ini memungkinkan pengguna untuk memesan layanan transportasi dengan mudah melalui ponsel pintar, mempercepat proses pemesanan, dan meningkatkan kenyamanan pengguna. Dengan inovasi ini, Gojek berhasil merubah cara masyarakat Indonesia mengakses layanan transportasi, menjadikannya lebih praktis dan efisien.

Pada tahun 2016, Gojek mencapai status unicorn, menjadi startup pertama di Indonesia yang mencapai valuasi lebih dari satu miliar dolar AS. Pencapaian ini menunjukkan kesuksesan dan potensi besar Gojek di pasar teknologi dan transportasi. Status unicorn tidak hanya mengukuhkan posisi Gojek sebagai pemimpin pasar tetapi juga membuka peluang untuk ekspansi dan inovasi lebih lanjut.

Melanjutkan kesuksesannya di Indonesia, Gojek melakukan ekspansi internasional dengan memasuki pasar Vietnam dan Thailand pada tahun 2018. Langkah ini menunjukkan ambisi Gojek untuk menjadi pemain utama di industri transportasi Asia Tenggara. Ekspansi ini juga mencerminkan kemampuan Gojek untuk menyesuaikan model bisnisnya dengan kebutuhan dan kondisi pasar yang berbeda.

Pada tahun 2020, Gojek menyatukan aplikasi mereka di beberapa negara, termasuk Indonesia, Singapura, Thailand, dan Vietnam. Penyatuan aplikasi ini memberikan pengalaman yang lebih konsisten dan terpadu bagi pengguna di berbagai negara. Inisiatif ini memperkuat posisi Gojek sebagai platform layanan on-demand terdepan di kawasan tersebut dan meningkatkan efisiensi operasionalnya.

Pada tahun 2021, Gojek bergabung dengan Tokopedia, salah satu platform e-commerce terbesar di Indonesia, untuk membentuk GoTo. Penggabungan ini menciptakan ekosistem digital terbesar di Indonesia, yang mengintegrasikan layanan transportasi, e-commerce, pembayaran digital, dan berbagai layanan lainnya. GoTo menjadi simbol

transformasi digital yang komprehensif dan memperluas jangkauan layanan bagi jutaan pengguna di Indonesia dan sekitarnya.

Perjalanan Gojek dari sebuah layanan call center kecil hingga menjadi bagian dari ekosistem digital terbesar di Indonesia menunjukkan betapa pentingnya budaya inovasi dan adaptasi dalam mendukung pertumbuhan dan kesuksesan sebuah startup.

KESIMPULAN

Di tengah periode transformasi digital yang dinamis dan menantang, Gojek telah menunjukkan bagaimana budaya organisasi yang kuat dan fleksibel dapat berfungsi sebagai landasan kesuksesan bagi sebuah startup. Dengan menggali budaya internal, budaya yang berpusat pada pelanggan, dan budaya yang berfokus pada bisnis, menjadi jelas bagaimana Gojek menggabungkan prinsip-prinsip dasar yang mendorong tidak hanya inovasi dan efektivitas tetapi juga menjaga kesejahteraan dan kepuasan semua pemangku kepentingannya.

Budaya internal Gojek, yang mendorong inovasi dan kemampuan beradaptasi, mendorong kerja tim, dan memprioritaskan pertumbuhan karyawan sebagai kekuatan penting, telah melahirkan tempat kerja yang dinamis dan berpikiran maju. Prinsip-prinsip ini memberdayakan Gojek untuk mempertahankan kelincahan dan responsif terhadap pergeseran pasar dan rintangan bisnis, penting untuk menegakkan keunggulan kompetitif di sektor teknologi.

Penekanan Gojek pada perjalanan pelanggan yang mulus dan efektif, ditambah dengan dedikasi untuk meningkatkan produk dan layanan secara terus-menerus berdasarkan masukan pengguna, telah memperkuat pembentukan pengikut pelanggan yang setia dan meningkatkan kepuasan pengguna. Implementasi otomatisasi layanan semakin meningkatkan efisiensi operasional dan memperkuat hubungan pelanggan.

Di bidang bisnis, memanfaatkan data untuk pengambilan keputusan dan kemajuan produk, efisiensi operasional yang kondusif untuk ekspansi dan kemampuan beradaptasi, serta strategi baru dan imajinatif untuk menghadapi tantangan, telah memperkuat kedudukan Gojek sebagai perusahaan teknologi terkemuka di Asia Tenggara. Transformasi digital yang dianut oleh Gojek tidak hanya mencakup integrasi teknologi baru tetapi juga fortifikasi etos digital yang berkelanjutan dan inklusif.

Perjalanan Gojek, yang berkembang dari call center sederhana menjadi ekosistem layanan digital yang luas, memberikan wawasan berharga bagi startup lain. Transformasi budaya yang didorong oleh ekspansi, kecerdikan teknologi, persaingan, dan kekuatan eksternal seperti krisis COVID-19 menggarisbawahi pentingnya fleksibilitas dan kemampuan beradaptasi dalam menghadapi perubahan. Dengan menjunjung tinggi prinsip-prinsip budaya yang teguh, Gojek telah secara efektif mempertahankan relevansi dan ekspansi dalam ranah yang sangat kompetitif dan terus berkembang.

Referensi :

- Branarto, B.B. (2018) How We Do What We Do at GOJEK. Available at: <https://www.gojek.io/blog/how-we-do-what-we-do-at-gojek> (Accessed: 8 June 2024).
- Brunetti, F. et al. (2020) 'Digital transformation challenges: strategies emerging from a multi-stakeholder approach', *TQM Journal*, 32(4), pp. 697-724. Available at: <https://doi.org/10.1108/TQM-12-2019-0309>.
- Febriyani, W., Lubis, M. and Hendrawan, F.R. (2023) 'Key Competencies Development in the Digital Transformation of Higher Education in Indonesia', 2023 IEEE International

Conference on Computing, ICOCO 2023, (May 2024), pp. 200–205. Available at: <https://doi.org/10.1109/ICOCO59262.2023.10397786>.

Gaur, H.O. (2018) The Zen of an Ideal Team. Available at: <https://blog.gojek.io/the-zen-of-an-ideal-team/>.

Kirom, F.M. and Wahjono, S.I. (2024) 'Budaya organisasi di gojek', (March).

Lubis, M., Dzikrurrobi, H. and Handayani, D.O. (2023) 'Design innovation model for digital ecosystem: Development forum based on service oriented against internet addiction', AIP Conference Proceedings, 2714(January). Available at: <https://doi.org/10.1063/5.0135060>.

Mazali, T. (2018) 'From industry 4.0 to society 4.0, there and back', *AI and Society*, 33(3), pp. 405–411. Available at: <https://doi.org/10.1007/s00146-017-0792-6>.

Mollah, M.A. et al. (2023) 'Exploring a Pathway to Sustainable Organizational Performance of South Korea in the Digital Age: The Effect of Digital Leadership on IT Capabilities and Organizational Learning', *Sustainability (Switzerland)*, 15(10). Available at: <https://doi.org/10.3390/su15107875>.

Salim, C. (2022) 'Shaping The Culture Of Learning In Gojek Design', *Gojek.oi* [Preprint]. Available at: <https://blog.gojek.io/design-mentorship-program/>.

Teichert, R. (2019) 'Digital transformation maturity: A systematic review of literature', *Acta Universitatis Agriculturae et Silviculturae Mendelianae Brunensis*, 67(6), pp. 1673–1687. Available at: <https://doi.org/10.11118/actaun201967061673>.

Venkatesan, A. (2018) How GOJEK Manages 1 million Drivers With 12 Engineers (Part 1). Available at: <https://www.gojek.io/blog/how-gojek-manages-1-million-drivers-with-12-engineers-part-1> (Accessed: 16 June 2024).