

ANALISIS PENGGUNAAN UANG NON TUNAI (CASHLESS) GO-PAY DAN PROSES BISNISNYA PADA TRANSPORTASI ONLINE GO-JEK DENGAN METODE ROOT CAUSE ANALYSIS

Ali Muchtar Suryono¹, Riza Adrianti Supono²

^{1,2}Magister Manajemen Sistem Informasi, Universitas Gunadarma, Jakarta

¹alimuchtarsuryono@gmail.com, ²adrianti@staff.gunadarma.ac.id

Abstrak

Go-Jek menciptakan suatu terobosan baru dimana pelanggan ojek tidak perlu lagi pergi ke pangkalan ojek untuk mendapatkan ojek. Pelanggan dapat memanggil ojek dengan cepat, harga termurah, tanpa beranjak dari tempat mereka berada. Apalagi ditambah dengan adanya uang elektronik Go-Pay, pelanggan tidak harus repot-repot menyediakan uang tunai. Banyaknya kemudahan dan manfaat yang dirasakan oleh konsumen Go-Jek dari adanya fitur Go-Pay, membuat banyak konsumen yang berminat menggunakan transportasi Go-Jek. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui penggunaan uang non tunai (cashless) Go-Pay dalam aplikasi Go-Ride pada transportasi ojek online Go-Jek dan proses bisnisnya menggunakan metode analisis Root Cause Analysis (RCA) dengan langkah-langkahnya yaitu pengumpulan data, pemetaan faktor kausal, identifikasi root cause, dan perumusan rekomendasi. Hasil penelitian yang diperoleh adalah pada faktor manfaat, indikator yang perlu mendapatkan perhatian dari Go-Pay adalah memberikan keuntungan tambahan saat menyelesaikan transaksi dan meningkatkan efisiensi dalam melakukan transaksi sehingga perlu dilakukan evaluasi dan perbaikan. Pada faktor kemudahan, indikator yang perlu mendapatkan perhatian dari Go-Pay adalah indikator jelas dan mudah dimengerti, tidak dibutuhkan banyak usaha, mudah digunakan dan mudah dioperasikan dan cepat mahir sehingga perlu dilakukan evaluasi dan perbaikan. Evaluasi dan perbaikan menggunakan Root Cause Analysis (RCA) dengan metode "5Why's" dan menggunakan Failure Mode and Effect Analysis (FMEA). Perbaikan yang telah dilakukan oleh Go-Jek adalah sistem Go-Pay diamankan oleh Gojek SHIELD, Go-Pay telah mendapatkan sertifikasi ISO 27001:2013 Information Security Management System - ISMS atau Sistem Manajemen Keamanan Informasi. Go-Pay memberikan berbagai fitur tambahan melalui Go-Pay Plus yaitu proteksi ekstra untuk saldo Go-Pay, limit lebih besar, kirim-kirim saldo Go-Pay, transfer ke rekening bank, Benefit PayLater, dan Promo eksklusif.

Kata kunci: *Go-Pay, Go-Ride, Go-Jek, uang non tunai*

1. Pendahuluan

Berkembangnya bisnis startup di Indonesia mempengaruhi transaksi uang elektronik menjadi semakin meningkat. Sebut saja bisnis startup yang sedang tren beberapa tahun belakang, seperti jasa penyedia transportasi online Go-Jek. Go-Jek melalui Go-Pay berjuang mengembangkan layanan uang elektronik mereka karena ini adalah masa depan pembayaran dan konsumen cenderung lebih loyal untuk bertransaksi jika memiliki saldo pada uang

elektronik mereka. Dengan menyasar masyarakat mobile, produk uang elektronik dari perusahaan startup ini cukup diminati masyarakat. Terbukti dengan hasil survei JakPat dalam Startup Report 2017 DailySocial.Id, Go-Pay merupakan uang elektronik yang terpopuler serta paling banyak diminati publik.

Proses bisnis Go-Jek sangat menarik untuk dikaji. Kinerja suatu industri bergantung pada seberapa baik proses bisnis yang dirancang atau dikoordinasikan dalam industri tersebut. Dalam bisnis jasa Go-Jek, proses bisnis lebih banyak berlangsung secara online. Ada tiga pihak yang terkait dalam proses bisnis ini yaitu proses yang berlangsung antara penyedia jasa Go-Jek, driver, dan pelanggan. Bisnis berawal dari rekrutment yang dilakukan oleh penyedia jasa untuk mendapatkan beberapa driver. Cara mendaftar sebagai driver dapat dilakukan dengan membuka website resmi www.go-ride.co.id/join. Ketika ada calon driver yang mendaftar secara online, penyedia jasa akan menghubungi via SMS untuk datang ke kantor dengan membawa persyaratan berupa Fotocopy & Asli (KTP, SIM, STNK, SKCK) dan Surat domisili. Penyedia jasa akan memberikan hak kepada driver resmi Go-Jek untuk masuk dalam aplikasi khusus driver. Melalui aplikasi ini, penyedia jasa dapat melakukan kontrol terhadap driver.

Driver resmi Go-Jek akan mendapatkan hak akses pada aplikasi khusus driver Go-Jek. Selain itu, mereka akan mendapat pinjaman jaket dan helm khas Go-Jek sebagai identitas. Setiap driver wajib membuka rekening di CIMB Niaga dengan saldo minimal Rp 50.000. Rekening ini berupa rekening ponsel yang terintegrasi dengan aplikasi Go-Jek sehingga penyedia jasa Go-Jek lebih mudah mengambil bagi hasil dari driver. Bagi hasil antara penyedia jasa dan driver adalah 20% : 80%. Pendapatan minimal yang diterima driver adalah Rp 8000 untuk sekali antar sehingga apabila ada seorang driver yang mengantar untuk jarak dekat dengan biaya kurang dari Rp 8000, penyedia jasa akan mentransfer uang tambahan ke rekening driver. Ketika pelanggan membutuhkan jasa antar Go-Jek, mereka hanya perlu membuka aplikasi Go-Jek di ponsel mereka dan menentukan titik tujuan mereka. Secara langsung, pelanggan akan mengetahui posisi driver yang aktif di sekitar mereka serta berapa rupiah yang harus dikeluarkan. Ini merupakan proses yang sangat mudah dan dapat dilakukan oleh semua orang.

Go-Jek menciptakan suatu terobosan baru dimana pelanggan ojek tidak perlu lagi pergi ke pangkalan ojek untuk mendapatkan ojek. Pelanggan dapat memanggil ojek dengan cepat, harga termurah, tanpa beranjak dari tempat mereka berada. Apalagi ditambah dengan adanya uang elektronik Go-Pay, pelanggan tidak harus repot-repot menyediakan uang tunai. Banyaknya kemudahan dan manfaat yang dirasakan oleh konsumen Go-Jek dari adanya fitur Go-Pay, membuat banyak konsumen yang berminat menggunakan transportasi Go-Jek. Namun demikian dalam penggunaan Go-Pay ternyata masih saja ada hal yang tidak memuaskan dalam hal pelayanan yang diberikan driver Go-Ride, seperti konsumen yang menggunakan fitur Go-Pay biasanya sulit untuk menemukan driver yang available dan ternyata hal ini disebabkan karena para driver Go-Jek enggan untuk menerima pelanggan karena jika pelanggan menggunakan saldo Go-Pay seorang driver tidak menerima uang cash dan itu menyulitkan driver untuk membeli bensin hal ini berdasarkan hasil observasi langsung dengan driver GoRide

2. Kajian Pustaka dan pengembangan hipotesis

2.1. Sistem Pembayaran Tunai

Pembayaran tunai merupakan pembayaran yang umum dilakukan di Indonesia. Pembayaran tunai lebih banyak menggunakan uang kartal baik kertas dan logam sebagai alat pembayaran. Di Indonesia, uang kartal masih memegang peran penting dalam pembayaran khususnya, untuk transaksi-transaksi bernilai kecil. Dalam masyarakat modern

seperti sekarang ini pemakaian alat pembayaran tunai seperti uang kartal memang cenderung lebih kecil dibandingkan dengan penggunaan uang giral karena munculnya masalah inefisiensi dalam penggunaan uang kartal. (Bank Indonesia, 2012). Dalam rangka melaksanakan kewenangan tunggal di bidang pembayaran tunai, Bank Indonesia telah menetapkan misi yang menjadi arah dari setiap kebijakan pengedaran uang. Rumusan misi dimaksud adalah memenuhi kebutuhan uang rupiah di masyarakat dalam jumlah nominal yang cukup, jenis pecahan yang sesuai, tepat waktu dan dalam kondisi yang layak edar. Rumusan misi ini dijabarkan dalam aktivitas dengan dukungan sarana maupun prasarana yang diperlukan.

2.2. Sistem Pembayaran Non Tunai

Alat pembayaran non tunai sudah berkembang dan semakin lazim dipakai masyarakat. Kenyataan ini memperlihatkan kepada kita bahwa jasa pembayaran non tunai yang dilakukan bank maupun lembaga selain bank (LSB), baik dalam proses pengiriman dana, penyelenggara kliring maupun sistem penyelesaian akhir (*settlement*) sudah tersedia dan dapat berlangsung di Indonesia. Transaksi pembayaran non tunai dengan nilai yang besar diselenggarakan Bank Indonesia melalui sistem BI-RTGS (*Real Time Gross Settlement*) dan sistem kliring. Hampir 95% transaksi keuangan nasional bernilai besar dan bersifat mendesak. Contohnya, transaksi di Pasar Uang Antar Bank (PUAB), transaksi di bursa saham, transaksi pemerintah, transaksi valuta asing, serta *settlement* hasil kliring dilakukan melalui sistem BI-RTGS. Pada tahun 2010, misalnya, BI-RTGS telah melakukan transaksi sedikitnya Rp174,3 triliun per hari. Sementara itu, sebagai perbandingan, transaksi nontunai dengan Alat Pembayaran Menggunakan Kartu (APMK) dan uang elektronik yang dilakukan bank atau lembaga keuangan bukan bank hanya sekitar Rp8,8 triliun per hari (Bank Indonesia, 2011)

2.3. Transportasi Online

Menurut Miro (2012:1), transportasi dapat diartikan sebagai usaha pemindahan, atau pergerakan orang atau barang dari suatu lokasi, yang disebut lokasi asal, ke lokasi lain, yang biasa disebut lokasi tujuan, untuk keperluan tertentu dengan mempergunakan alat tertentu. Sedangkan menurut Setiawan, dkk (2017:1), transportasi adalah suatu proses pemindahan orang atau barang dengan menggunakan sebuah kendaraan yang bertujuan untuk memindahkan orang atau barang tersebut ke tempat tujuan dalam waktu tertentu.

2.4. Pengertian Go Pay

Go-Pay adalah dompet virtual untuk menyimpan Go-Jek Credit yang digunakan untuk membayar berbagai transaksi yang terdapat di aplikasi Go-Jek. Selain kemudahan *Top-Up* saldo *Go-Pay* melalui Bank dan pengemudi Go-Jek, diskon serta free delivery, terdapat juga layanan transfer tanpa biaya untuk sesama pelanggan *Go-Pay* dan layanan tarik tunai pada sistem pembayaran *Go-Pay* untuk memudahkan para pelanggannya. Perusahaan Go-Jek juga merilis layanan *Go-Points* yang merupakan program loyalti berupa token yang diperoleh pelanggan dari setiap transaksi dengan menggunakan *Go-Pay*. Dengan mini-game "*swipe*" koin ini, pelanggan *Go-Pay* memperoleh voucher yang dapat ditukarkan dengan berbagai hadiah yang tersedia di aplikasi Go-Jek. Saat ini lebih dari 50% pengguna Go-Jek telah memakai *Go-Pay* sebagai alat pembayaran.

3. Metode Penelitian

3.1 Tahap Identifikasi Masalah

Pada tahap ini dijelaskan tentang langkah identifikasi permasalahan yang ada di dalam perusahaan. Permasalahan yang dihadapi perusahaan berawal dari indikasi terjadinya keluhan konsumen terhadap aplikasi Go-Pay yang masih kurang maksimal, kemudian dianalisa dalam aliran prosesnya ternyata memungkinkan terjadinya keluhan konsumen sehingga menurunkan kualitas pelayanan perusahaan, perumusan permasalahan yang mempengaruhi terjadinya penurunan penggunaan uang non tunai (*cashless*) *Go-Pay*. Sehingga perlu diketahui kondisi *existing* secara keseluruhan mulai dari bagaimana cara memberi mitra Go-Jek menawarkan pembayaran dengan *Go-Pay*, kemudahan dalam bertransaksi dan manfaat menggunakan *Go-Pay*.

3.2 Tahap Pengumpulan Data

Pada tahap ini akan dijelaskan tentang tahapan pengumpulan data dari permasalahan yang ada di lapangan. Langkah yang diambil dalam pengumpulan data menggunakan teknik wawancara dan kemudian dianalisis menggunakan metode *Root Cause Analysis* (RCA).

3.3 Tahap Analisa dan Perbaikan

a. Analyze

Tahap analisa dan perbaikan merupakan lanjutan dari fase sebelumnya pada metodologi *Define, Measure, Analyze dan Improve* (DMAI). Fase yang digunakan adalah *fase analyze* adalah tahapan analisa menggunakan 5W + 1H.

b. Tahap Analisa dengan Metode *Root Cause Analysis* (RCA)

Root Cause Analysis (RCA) adalah alat yang populer digunakan oleh perusahaan yang menjalankan *Lean Six Sigma*. RCA adalah salah satu alat (*tool*) yang digunakan dalam inisiatif *problem solving*; untuk membantu tim menemukan akar penyebab (*root cause*) dari masalah yang kini sedang dihadapi.

c. Improve

Tahap yang keempat adalah *Improve*, tahapan ini adalah memberikan usulan perbaikan (*improve*) dengan mendiskusikan ide-ide dalam memperbaiki sistem kerja aplikasi *Go-Pay* berdasarkan hasil analisis terdahulu, yang menjadi prioritas dalam perbaikan ini adalah kecepatan pelayanan. Perbaikan atau inovasi harus sesuai dengan visi dan misi perusahaan, sesuai pula dengan *Voice of Customer*, juga harus realistis. Sumber dari akar penyebab masalah diidentifikasi dan dianalisis dengan menggunakan teknik 5W + 1H. Dari analisis dengan menggunakan teknik 5W + 1H dapat dilihat deskripsi dan pernyataan yang berhubungan langsung dengan masalah penggunaan *Go-Pay* seperti yang menjadi masalah utama, yang menjadi penyebab masalah dan bagaimana mengatasi permasalahan ini. Dari analisa ini maka diperoleh suatu rencana tindakan perbaikan yang lebih baik.

3.3 Tahap Kesimpulan dan Saran

Tahapan akhir dalam penelitian ini adalah penarikan kesimpulan atas keseluruhan hasil yang diperoleh dari langkah-langkah penelitian yang telah dilakukan. Dalam penarikan kesimpulan ini merupakan jawaban dari permasalahan yang ada. Selain itu juga akan diberikan saran sebagai masukan perbaikan bagi manajemen yang berkaitan dengan penelitian yang telah dilakukan..

4. Hasil dan Pembahasan

Dalam menganalisis data kualitatif hasil dari wawancara dari 35 pelanggan (*customer*) dan 35 pengemudi (*driver*), digunakan melalui reduksi data dan penyajian data.

4.1. Pembahasan

a. Reduksi Data

Proses reduksi data adalah hasil data responden akan dipilih dan fokus pada penggunaan uang non tunai (*cashless*) *Go-Pay* dan proses bisnisnya pada transportasi online *Go-Jek* dengan mengacu pada faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan layanan *Go-Pay* pada aplikasi *Go-Jek* dan membuang data yang tidak lolos kriteria peneliti.

1) Manfaat

Tabel 4.1
Indikator – indikator Faktor Manfaat

No	Indikator	Customer		Driver	
		Frekuensi	Persentase (%)	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Mempermudah transaksi.	10	28,57	11	31,43
2.	Mempercepat transaksi.	11	31,43	12	34,29
3.	Memberikan keuntungan tambahan saat menyelesaikan transaksi.	5	14,29	4	11,43
4.	Meningkatkan efisiensi dalam melakukan transaksi.	9	25,71	8	22,86
	Jumlah	35	100	35	100

Berdasarkan hasil wawancara, faktor manfaat merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi penggunaan layanan *Go-Pay* pada aplikasi *Go-Jek*. Indikator yang paling tinggi pada faktor manfaat bagi responden pelanggan (*customer*) adalah mempercepat transaksi dengan persentase 31,43% dari jumlah frekuensi 35.

2) Kemudahan

Tabel 4.2
Indikator-Indikator Faktor Kemudahan

No	Indikator	Customer		Driver	
		Frekuensi	Persentase (%)	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Jelas dan mudah dimengerti	9	25,71	10	28,57
2.	Tidak dibutuhkan banyak usaha	5	14,29	6	17,14
3.	Mudah digunakan	14	40,00	7	20,00
4.	Mudah dioperasikan dan cepat mahir	7	20,00	12	34,29
	Jumlah	35	100	35	100

Berdasarkan hasil wawancara, faktor kemudahan berpengaruh pula pada keputusan menggunakan *Go-Pay* pada aplikasi *Go-Jek*. Hasil wawancara responden pelanggan (*customer*) yang dikelompokkan ke dalam beberapa indikator menunjukkan bahwa pada faktor kemudahan, indikator mudah digunakan merupakan indikator yang paling berpengaruh menurut responden pelanggan (*customer*) dengan persentase sebesar 40% dari jumlah frekuensi 35.

3) Risiko

Tabel 4.3
Indikator – Indikator Faktor Risiko

No	Indikator	Customer		Driver	
		Frekuensi	Persentase (%)	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Tidak memiliki risiko yang tinggi	6	17,14	7	20,00
2.	Keamanan transaksi	7	20,00	14	40,00
3.	Keamanan fasilitas dari bahaya virus	13	37,14	6	17,14
4.	Jaminan keamanan	9	25,71	8	22,86
	Jumlah	35	100	35	100

Berdasarkan hasil wawancara, pada faktor risiko indikator tertinggi dari responden pelanggan (customer) adalah keamanan fasilitas dari bahaya virus dengan persentase sebesar 37,14% dari jumlah frekuensi 35.

4) Kepercayaan

Tabel 4.4
Indikator – Indikator Faktor Kepercayaan

No	Indikator	Customer		Driver	
		Frekuensi	Persentase (%)	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Kemampuan (<i>ability</i>)	14	40	15	42,86
2.	Kebaikan hati (<i>benevolence</i>)	11	31,43	9	25,71
3.	Integritas (<i>integrity</i>)	10	28,57	11	31,43
	Jumlah	35	100	35	100

Kepercayaan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan penggunaan uang non tunai (*cashless*) *Go-Pay* oleh pelanggan (*customer*). Pada faktor kepercayaan terdapat beberapa indikator yang berpengaruh yaitu kemampuan (*ability*), kebaikan hati (*benevolence*) dan integritas (*integrity*). Indikator faktor kepercayaan dengan pengaruh tertinggi untuk responden pelanggan (*customer*) adalah kemampuan (*ability*) dengan persentase sebesar 40% dari jumlah frekuensi 35.

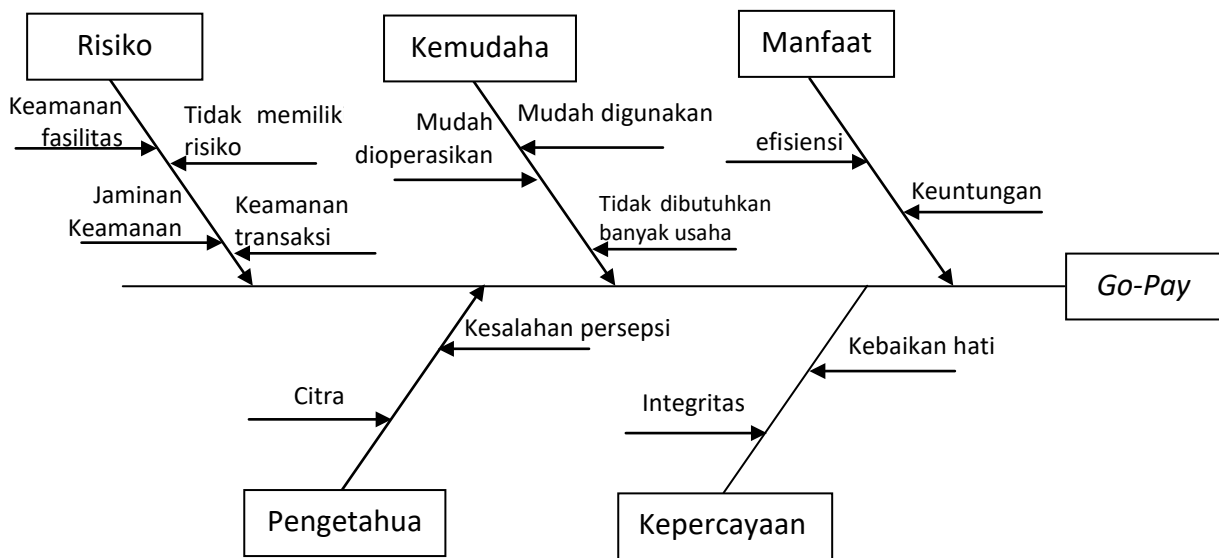
5) Pengetahuan Produk

Tabel 4.5
Indikator – Indikator Faktor Pengetahuan Produk

No	Indikator	Customer		Driver	
		Frekuensi	Persentase (%)	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Kesadaran	12	34,29	14	40,00
2.	Citra	7	20,00	8	22,86
3.	Kesalahan persepsi	6	17,14	0	0,00
4.	Pengetahuan harga	10	28,57	13	37,14
	Jumlah	35	100	35	100

Hasil dari wawancara responden pelanggan (*customer*) dan pengemudi (*driver*) menunjukkan bahwa pada faktor pengetahuan produk, indikator tertinggi pertama bagi responden pelanggan (*customer*) dan pengemudi (*driver*) adalah kesadaran dengan persentase untuk responden *customer* sebesar 34,29% dari jumlah frekuensi 35.

4.2 Fishbone Diagram



Gambar 1 : Fishbone Diagram

Dalam penelitian ini digunakan metode "5 Why's" dan menggunakan *Failure Mode and Effect Analysis* (FMEA). Sedangkan untuk memperlihatkan faktor-faktor mempengaruhi proses digunakan *fishbone diagram*.

- Analisis Akar Penyebab atau *Root Cause Analysis* (RCA) dikembangkan sebagai alat pengukur kualitas yang digunakan untuk membedakan sumber cacat atau masalah. Analisa ini merupakan pendekatan yang terstruktur berfokus pada asal penyebab atau penyebab yang pasti dari masalah atau kondisi.
- Root Cause Analysis* dilakukan untuk membantu organisasi mengidentifikasi titik-titik resiko atau titik-titik kelemahan dalam proses, penyebab yang mendasari atau yang terkait sistem dan tindakan perbaikan. Organisasi secara teratur melakukan RCA bagi proses yang sedang berlangsung dan proaktif melakukan kajian sistem dan proses sehingga secara signifikan mengurangi kemungkinan kesalahan yang serupa.
- Salah satu kelompok dari RCA adalah analisis akar penyebab. Kelompok RCA ini cenderung untuk melihat akar penyebab sebagai asal penyebab dari ketidaksesuaian, yang konsisten dengan gagasan dari banyak langkah berurutan, satu atau lebih dari langkah tersebut kemungkinan tidak berfungsi dengan baik atau keluar dari toleran yang ditetapkan.
- Prinsip umum dari RCA adalah tindakan perbaikan pada akar penyebab masalah lebih efektif dari pada hanya memperbaiki gejala dari suatu masalah. Agar efektif RCA harus dilaksanakan secara sistematis dan kesimpulan yang diambil harus didasarkan pada bukti. Biasanya lebih dari satu akar penyebab untuk satu masalah yang terjadi.
- Root Cause Analysis* merupakan suatu metode yang membantu dalam menemukan : "kejadian apa yang terjadi?", "bagaimana kejadian ini terjadi?" "mengapa kejadian itu

terjadi?”. Memberikan pengetahuan dari masalah-masalah sebelumnya, kegagalan dan kecelakaan. Salah satu metode untuk mendapatkan akar permasalahan adalah bertanya why (mengapa) beberapa kali sehingga tindakan yang sesuai dengan akar penyebab masalah yang ditemukan, akan menghilangkan masalah.

- f. Gaspersz (2012) menjelaskan tentang *Failure Mode and Effect Analysis* (FMEA) yang diartikan sebagai jenis kegagalan yang mungkin terjadi, baik kegagalan secara spesifikasi maupun kegagalan yang mempengaruhi konsumen. Dari *failure mode* ini kemudian dianalisis terhadap akibat dari kegagalan dari sebuah proses dan pengaruhnya terhadap perusahaan. FMEA yang diterapkan dalam penelitian ini adalah *FMEA process* yaitu untuk mendeteksi risiko yang teridentifikasi pada saat proses.
- g. *Failure Mode and Effect Analysis* (FMEA) merupakan alat *Six Sigma* yang sering dipergunakan untuk mengidentifikasi sumber-sumber dan akar penyebab dari suatu masalah kualitas. FMEA adalah suatu prosedur terstruktur untuk mengidentifikasi dan mencegah sebanyak mungkin mode kegagalan (*failure modes*). Suatu mode kegagalan adalah apa saja yang termasuk dalam kecacatan/kegagalan dalam desain, kondisi di luar batas spesifikasi yang telah ditetapkan, atau perubahan-perubahan dalam produk yang menyebabkan terganggunya fungsi dari produk itu.
- h. Melalui menghilangkan mode kegagalan, maka FMEA akan meningkatkan keandalan dan produk dan pelayanan sehingga meningkatkan kepuasan pelanggan yang menggunakan produk dan pelayanan itu FMEA dapat diterapkan dalam semua bidang, baik manufaktur maupun jasa, juga pada semua jenis produk. Namun penggunaan FMEA akan paling efektif apabila diterapkan pada produk atau proses-proses baru, atau produk dan proses sekarang yang mengalami perubahan-perubahan besar dalam desain sehingga dapat mempengaruhi keandalan dari produk dan proses itu.
- i. Suatu *FMEA process* akan mengidentifikasi penyimpangan-penyimpangan potensial yang mungkin dari setiap spesifikasi dan menghilangkan atau meminimumkan adanya penyimpangan-penyimpangan itu melalui deteksi dan/atau pencegahan perubahan-perubahan dalam variabel-variabel proses. Manfaat penggunaan FMEA proses dalam peningkatan kualitas *Six Sigma* adalah mengidentifikasi masalah-masalah potensial sebelum produk itu diproduksi, membantu menghindari scrap dan pekerjaan ulang (*rework*), mengurangi banyaknya kegagalan produk yang dialami oleh pelanggan sehingga akan meningkatkan kepuasan pelanggan, dan menjamin suatu start up penggunaan yang lebih mulus

5. Kesimpulan dan Saran

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pada faktor manfaat, indikator yang perlu mendapatkan perhatian dari *Go-Pay* adalah memberikan keuntungan tambahan saat menyelesaikan transaksi dan meningkatkan efisiensi dalam melakukan transaksi sehingga perlu dilakukan evaluasi dan perbaikan.
2. Pada faktor kemudahan, indikator yang perlu mendapatkan perhatian dari *Go-Pay* adalah indikator jelas dan mudah dimengerti, tidak dibutuhkan banyak usaha, mudah digunakan dan mudah dioperasikan dan cepat mahir sehingga perlu dilakukan evaluasi dan perbaikan.
3. Pada faktor risiko, indikator yang perlu mendapatkan perhatian dari *Go-Pay* adalah indikator tidak memiliki risiko yang tinggi, keamanan transaksi, keamanan fasilitas dari bahaya virus dan jaminan keamanan sehingga perlu dilakukan evaluasi dan perbaikan.

4. Pada faktor kepercayaan, indikator yang perlu mendapatkan perhatian dari *Go-Pay* adalah indikator kebaikan hati (*benevolence*) dan integritas (*integrity*) sehingga perlu dilakukan evaluasi dan perbaikan.
5. Pada faktor pengetahuan produk, indikator yang perlu mendapatkan perhatian dari *Go-Pay* adalah indikator citra dan kesalahan persepsi sehingga perlu dilakukan evaluasi dan perbaikan.
6. Evaluasi dan perbaikan menggunakan *Root Case Analysis* (RCA) dengan metode “5Why’s” dan menggunakan *Failure Mode and Effect Analysis* (FMEA). Perbaikan yang telah dilakukan oleh Go-Jek adalah sistem *Go-Pay* diamankan oleh Gojek SHIELD, *Go-Pay* telah mendapatkan sertifikasi ISO 27001:2013 *Information Security Management System* - ISMS atau Sistem Manajemen Keamanan Informasi. *Go-Pay* memberikan berbagai fitur tambahan melalui *Go-Pay Plus* yaitu proteksi ekstra untuk saldo *Go-Pay*, limit lebih besar, kirim-kirim saldo *Go-Pay*, transfer ke rekening bank, *Benefit PayLater*, dan Promo eksklusif.

5.2 Saran

Adapun saran-saran yang dapat peneliti sampaikan sebagai berikut:

1. Perlu dilakukan evaluasi dan perbaikan pada indikator-indikator yang memiliki respon rendah baik dari faktor manfaat, kemudahan, risiko, kepercayaan dan pengetahuan produk sehingga *Go-Pay* mampu mengcover berbagai kebutuhan *customer* dan juga *driver*.
2. Sistem *Go-Pay* harus mampu memberikan jaminan keamanan kepada *user* baik *customer* maupun *driver* secara penuh agar *user* lebih percaya dan banyak yang menggunakan *Go-Pay*.
3. *Go-Pay* harus meningkatkan kualitas dan fungsinya agar mampu bersaing dengan aplikasi online lainnya seperti OVO, DANA, LinkAja, Go Mobile, dll.
4. Bagi peneliti selanjutnya agar menambahkan aplikasi online lainnya seperti OVO, DANA, LinkAja, Go Mobile, dll kemudian melakukan perbandingan

Referensi

- [1] Bank Indonesia. 2006. Kajian Operasional E-Money. Laporan Kajian Bank Indonesia.
- [2] Bank Indonesia. 2011. Buku Laporan Perekonomian Indonesia 2010. Jakarta: Bank Indonesia.
- [3] Bank Indonesia. 2012. Laporan Perekonomian Indonesia 2010. Jakarta: Bank Indonesia.
- [4] Magal, S. R., dan Word, J. (2012) *Integrated Business Process with ERP Systems*. New Jersey: John Wiley & Sons.
- [5] Miro, Fidel. 2012, *Pengantar Sistem Transportasi*, Jakarta: Erlangga.
- [6] Peraturan Bank Indonesia Nomor 16/8/PBI/2014 tentang Perubahan Atas Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009 tentang Uang Elektronik (Electronic Money).
- [7] Rainer, R. Kelly dan Cegielski, Casey G, 2011, “Introduction to Information Systems: Enabling and Transforming Business”, John Wiley & Sons, Inc.
- [8] Setiawan, Ahmad Budi. Kebijakan Teknologi Informasi dan Komunikasi Untuk Mendorong Pembentukan Model Bisnis Masa Depan. *Jurnal Pekommas*. Vol. 2 No.2. 193-204. 2017.
- [9] Mubarok, E. S. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia Pengantar Keunggulan Bersaing*. Bogor: Penerbit In Media