



Optimasi Layanan Aplikasi Digital Pasca Pandemi Melalui Kolaborasi Organisasi Gojek-Tokopedia

Achmad Yudhistira Mutho'a
Universitas Semarang

Muhammad Fais Zalfa Ramadhan
Universitas Semarang

Muhammad Rif'an
Universitas Semarang

Alamat: Jl. Soekarno Hatta, RT.7/RW.7, Tlogosari Kulon, Kec. Pedurungan, Kota Semarang, Jawa Tengah 50196

Korespondensi penulis: achmadyudhis9@email.com

Abstract: *The COVID-19 pandemic has profoundly changed the business landscape, especially in the use of digital applications. During the pandemic period, digital applications have become the main means for individuals and organizations to stay connected, transact and carry out various activities. However, the pandemic has also exposed several weaknesses in digital application infrastructure and services, such as reduced performance and weaknesses in data security. In facing these challenges, inter-organizational collaboration becomes increasingly important. Such collaboration can help in establishing new industry standards and increase user confidence. On the other hand, innovation in digital application services is also key in meeting user needs after the pandemic. The impact of post-pandemic organizational changes also affects application usage patterns and demand for digital services. This research uses a quantitative survey method by collecting data through questionnaires to understand user attitudes and perceptions towards post-pandemic digital application services.*

Keywords: *Service innovation, Post COVID-19 Pandemic, Digital Transformation, Organizational Collaboration.*

Abstrak. Pandemi COVID-19 telah mengubah lanskap bisnis secara mendalam, terutama dalam penggunaan aplikasi digital. Selama periode pandemi, aplikasi digital menjadi sarana utama bagi individu dan organisasi untuk tetap terhubung, bertransaksi, dan menjalankan berbagai aktivitas. Namun, pandemi juga mengungkapkan beberapa kelemahan dalam infrastruktur dan layanan aplikasi digital, seperti penurunan kinerja dan kelemahan dalam keamanan data. Dalam menghadapi tantangan ini, kolaborasi antar-organisasi menjadi semakin penting. Kolaborasi tersebut dapat membantu dalam membangun standar industri yang baru dan meningkatkan kepercayaan pengguna. Di sisi lain, inovasi layanan aplikasi digital juga menjadi kunci dalam memenuhi kebutuhan pengguna pasca pandemi. Dampak perubahan organisasi pasca pandemi juga mempengaruhi pola penggunaan aplikasi dan permintaan layanan digital. Penelitian ini menggunakan metode survei kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner untuk memahami sikap dan persepsi pengguna terhadap layanan aplikasi digital pasca pandemi.

Kata kunci: Inovasi layanan, Pasca Pandemi COVID-19, Transformasi Digital, Kolaborasi Organisasi.

LATAR BELAKANG

Pandemi COVID-19 telah mengubah lanskap bisnis secara mendalam, terutama dalam penggunaan aplikasi digital. Selama periode pandemi, aplikasi digital menjadi sarana utama bagi individu dan organisasi untuk tetap terhubung, bertransaksi, dan menjalankan berbagai aktivitas. Penggunaan aplikasi digital meningkat secara signifikan karena adopsi model kerja jarak jauh, belanja online, dan layanan kesehatan digital. Kondisi ini mempercepat adopsi teknologi digital secara global, dengan transformasi digital yang biasanya memakan waktu

bertahun-tahun terjadi hanya dalam beberapa bulan selama pandemi. Transformasi digital telah menjadi fenomena yang tidak dapat dihindari bagi semua individu, karena hampir setiap aktivitas saat ini bergantung pada penggunaan teknologi digital. Proses ini melibatkan penggunaan teknologi digital untuk menciptakan atau memodifikasi model bisnis, budaya organisasi, dan pengalaman pelanggan untuk meningkatkan efisiensi, nilai, dan keunggulan kompetitif, baik itu kegiatan yang dilakukan oleh pemerintahan, organisasi, maupun masyarakat Indonesia secara spesifik, maupun secara global (McKinsey dalam Wijoyo, 2021).

Dalam konteks layanan digital, terjadi perubahan signifikan yang didorong oleh peningkatan permintaan terhadap layanan daring dan kebutuhan adaptasi oleh berbagai sektor industri. Transformasi digital yang cepat ini telah memaksa banyak perusahaan untuk berinovasi dan berkolaborasi guna memenuhi ekspektasi konsumen yang terus berkembang. Salah satu fenomena menarik adalah kolaborasi antara Gojek dan Tokopedia, yang bersatu dalam entitas baru bernama GoTo. Perusahaan-perusahaan terpaksa beralih ke model bisnis yang lebih digital untuk mempertahankan operasional dan memenuhi kebutuhan konsumen yang berubah. Hal ini melibatkan penggunaan teknologi seperti aplikasi mobile dan e-commerce, yang memungkinkan interaksi dan transaksi tanpa kontak fisik.

E-commerce adalah cara berbelanja dan berdagang secara online yang menggunakan internet dan mencakup situs web atau aplikasi yang menyediakan layanan pengiriman. Teknologi informasi saat ini berkembang pesat dan mempengaruhi kehidupan manusia. Pembelian dan penjualan secara digital dengan konsumen atau bisnis melalui jaringan elektronik dikenal sebagai e-commerce. Beberapa pusat perdagangan online yang sedang berkembang di Indonesia antara lain Tokopedia, Shopee, dan Lazada. Di antara pusat perdagangan online tersebut, Tokopedia, yang merupakan produk Indonesia, sangat populer di kalangan masyarakat Indonesia (Aji, 2023).

KAJIAN TEORITIS

Kolaborasi antara organisasi besar seringkali diperlukan untuk mencapai skala ekonomi dan inovasi yang lebih tinggi. Kolaborasi antara Gojek dan Tokopedia resmi menghasilkan pembentukan GoTo sebagai grup teknologi terbesar di Indonesia, menyediakan ekosistem andal sebagai solusi untuk kebutuhan sehari-hari. Pembentukan Grup GoTo merupakan kolaborasi terbesar antara dua perusahaan internet dan layanan media di Asia hingga saat ini. GoTo menggabungkan kekuatan kedua perusahaan teknologi ini untuk menciptakan solusi yang unik dan saling melengkapi secara global, dengan mengintegrasikan layanan e-commerce, pengiriman barang dan makanan, transportasi, serta keuangan (Dwinarko, 2022).

Kolaborasi antara Gojek dan Tokopedia merupakan contoh nyata di mana dua platform besar di Indonesia bergabung untuk meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, dan menawarkan layanan yang lebih terpadu kepada konsumen.

Optimasi layanan digital melibatkan peningkatan kualitas dan efisiensi layanan yang ditawarkan melalui platform digital. Ini mencakup berbagai aspek seperti pengalaman pengguna, kecepatan layanan, integrasi sistem, dan personalisasi layanan. Menurut Kotler dan Keller, perusahaan perlu terus berinovasi dalam menawarkan nilai kepada pelanggan untuk tetap relevan dan kompetitif yang menyatakan bahwa kepuasan konsumen merupakan perasaan positif konsumen yang berhubungan dengan produk/jasa selama menggunakannya. Dengan adanya kolaborasi seperti GoTo, potensi untuk mengoptimalkan layanan melalui integrasi teknologi dan proses operasional menjadi lebih besar (Azmiatun, 2022).

Pembentukan GoTo merupakan langkah strategis untuk menggabungkan kekuatan dua perusahaan besar dalam ekosistem digital Indonesia. Gojek, dengan kekuatannya dalam layanan transportasi dan logistik, serta Tokopedia, dengan dominasinya dalam e-commerce, menciptakan sinergi yang bertujuan untuk menyediakan layanan yang lebih lengkap. Gojek dan Tokopedia bekerja sama dan berinovasi dengan melakukan merger menjadi GoTo, yang merupakan langkah strategis dalam membangun citra perusahaan baik di tingkat nasional maupun internasional. Murray dan Grimsley menyatakan bahwa strategi di semua level melibatkan perencanaan tujuan, konsep, dan penggunaan sumber daya dalam batas risiko yang dapat diterima untuk mencapai hasil yang lebih menguntungkan daripada yang mungkin terjadi secara kebetulan atau dilakukan oleh pihak lain (Yarger dalam Dwikarno, 2022).

Dalam hal ini, kolaborasi antar-organisasi menjadi semakin penting dengan bekerja sama, organisasi dapat memanfaatkan keahlian dan sumber daya yang ada untuk meningkatkan kualitas layanan aplikasi digital pasca pandemi. Kolaborasi antar-organisasi dapat mencakup berbagai aspek, mulai dari pengembangan teknologi baru hingga pembagian pengetahuan dan sumber daya. Kolaborasi tersebut dapat membantu dalam membangun standar industri yang baru, yang pada gilirannya akan meningkatkan kepercayaan pengguna dan kepatuhan regulasi. Dengan demikian, kolaborasi antar-organisasi bukan hanya strategi yang efektif untuk pemulihan pasca pandemi, tetapi juga sebagai langkah proaktif menuju transformasi digital yang berkelanjutan dan inklusif. Ini menciptakan nilai tambah bagi semua pihak yang terlibat dan mendorong inovasi yang berkesinambungan.

METODE PENELITIAN

Jenis metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan pendekatan kuantitatif metode survei. Penelitian kuantitatif adalah upaya ilmiah yang terstruktur untuk mengamati dan menganalisis bagian-bagian serta fenomena tertentu, serta hubungan kausal di antaranya. Metode penelitian ini melibatkan pengumpulan data yang dapat diukur dan kemudian dianalisis menggunakan teknik statistik, matematika, atau komputasi untuk memahami fenomena yang diamati secara lebih mendalam.

Metode Survei digunakan dalam evaluasi untuk membuat pencandraan secara sistematis, faktual, dan akurat terhadap fakta-fakta serta sifat-sifat populasi atau daerah tertentu. Metode penelitian kuantitatif survei digunakan untuk memperoleh atau mengumpulkan data informasi tentang populasi yang besar. Biasanya menggunakan sampel yang relatif lebih kecil. Macam-macam metode penelitian kuantitatif seperti survei digunakan untuk memecahkan masalah-masalah isu skala besar yang aktual dengan populasi sangat besar, sehingga diperlukan sampel ukuran besar.

(Sugiyono 2017:8) Metode penelitian kuantitatif diartikan sebagai metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif. Sugiyono (2017:2) mengatakan bahwa, metode penelitian pada dasarnya merupakan ciri-ciri ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Dalam memperoleh informasi serta data yang diperlukan untuk membahas permasalahan, peneliti berusaha mencari berapa besar layanan digital terhadap kepuasan pengguna lingkungan sekitar terhadap kepuasan pelayanan maka objek penelitian yang penulis lakukan pada PT. GoTo Gojek Tokopedia. Sebagai tempat penelitian. Teknik pengambilan data pada penelitian ini dengan menggunakan kuesioner dan instrumen pengambilan data yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan kuesioner.

Pengumpulan data dalam penulisan ini adalah dengan menggunakan kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2016).

Dalam melakukan skala pengukuran yaitu diukur menggunakan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel (Sugiyono, 2016).

Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Jawaban setiap item instrumen yang

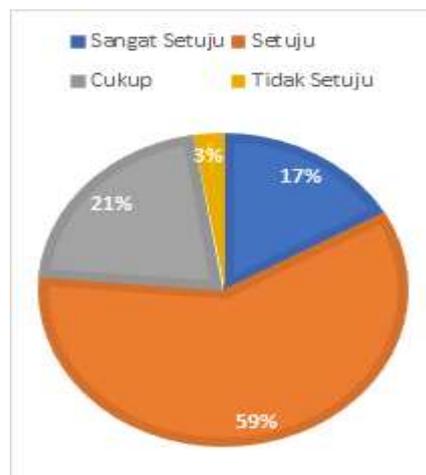
menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif. Penyebaran kuesioner diberikan kepada para pengguna aplikasi.

Tabel 1 Tabel Skala Likert

Pernyataan	Hasil Penilaian
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju(S)	4
Cukup (C)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi persepsi pengguna terhadap layanan, kolaborasi, dan dampak dari integrasi Gojek-Tokopedia. Dengan menggunakan skala Likert, kuesioner disebarakan kepada mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Semarang tahun 2022, dan berhasil mengumpulkan 77 tanggapan.



Gambar 1 Hasil Pengumpulan Data Terkait Penggunaan Gojek Tokopedia.

Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa berdasarkan hasil analisis data dari 77 responden, tanggapan yang masuk ke dalam kategori sangat setuju sebesar 17% atau 13 dari 77 responden menunjukkan bahwa layanan, kolaborasi, dan dampak dari integrasi Gojek-Tokopedia memberikan nilai positif yang sangat tinggi. Sebagian besar responden, yaitu 59% atau 45 dari 77, setuju bahwa integrasi antara Gojek dan Tokopedia berjalan dengan baik dan memberikan manfaat yang signifikan. Ini menunjukkan bahwa mayoritas pengguna memiliki persepsi positif terhadap kolaborasi ini, menandakan keberhasilan integrasi layanan dalam memenuhi kebutuhan mereka.

Sebanyak 21% atau 16 responden merasa cukup dengan layanan yang diberikan. Responden dalam kategori ini mungkin merasa bahwa ada aspek-aspek tertentu yang masih dapat ditingkatkan, meskipun secara keseluruhan mereka masih memberikan penilaian positif. Hanya 3% atau 3 dari 77 responden yang tidak setuju dengan pernyataan tentang layanan, kolaborasi, dan dampak dari Gojek-Tokopedia. Jumlah ini sangat kecil, menunjukkan bahwa ketidakpuasan pengguna terhadap layanan tersebut sangat minimal. Tidak ada responden yang sangat tidak setuju, yang menegaskan bahwa tidak ada responden yang memiliki persepsi negatif yang terhadap layanan ini.

Dari hasil dan pembahasan di atas, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden cenderung memberikan tanggapan positif terhadap layanan, kolaborasi, dan dampak dari Gojek-Tokopedia. Sebanyak 76% responden (menggabungkan kategori sangat setuju dan setuju) menunjukkan tingkat kepuasan yang tinggi, sedangkan 21% memberikan tanggapan yang cukup, dan hanya 3% yang tidak setuju.

Ini menunjukkan bahwa integrasi layanan Gojek-Tokopedia diterima dengan baik oleh pengguna, terutama di kalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Semarang. Tanggapan positif ini mengindikasikan bahwa inovasi dan layanan yang diberikan oleh kedua platform berhasil memenuhi ekspektasi dan kebutuhan pengguna.

Transformasi Digital Pasca Pandemi

Perkembangan zaman semakin yang pesat, diiringi dengan kemajuan teknologi informasinya juga, salah satunya adalah kemajuan teknologi digital, di mana semua aktivitas kita sehari-hari tidak dapat dipisahkan dari teknologi. Di mulai dengan aktivitas kita di rumah dan berlanjut ke aktivitas kerja kita di kantor. Tentu saja teknologi digital menjadi suatu hal yang penting bagi organisasi atau perusahaan dikarenakan suatu organisasi atau perusahaan akan dituntut untuk lebih inovatif untuk mencapai hasil yang diinginkan, khususnya dengan memanfaatkan teknologi digital. Karena teknologi digital akan membantu organisasi/perusahaan dan memberikan manfaat yang luar biasa.

Transformasi digital telah menjadi fenomena yang tidak dapat dihindari bagi semua individu, karena hampir setiap aktivitas saat ini bergantung pada penggunaan teknologi digital, yang telah merevolusi cara kita berinteraksi, beroperasi, dan melakukan bisnis. Proses ini melibatkan penggunaan teknologi digital untuk menciptakan atau memodifikasi model bisnis, budaya organisasi, dan pengalaman pelanggan untuk meningkatkan efisiensi, nilai, dan keunggulan kompetitif, baik itu kegiatan yang dilakukan oleh pemerintahan, organisasi, maupun masyarakat Indonesia secara spesifik, maupun secara global (Wijoyo, 2021).

Terutama selama pandemi COVID-19, dimana adaptasi terhadap teknologi digital menjadi suatu keharusan untuk mengurangi resiko penularan virus. Transformasi digital diartikan sebagai suatu proses *revolusioner* yang terjadi di dalam organisasi, dimana pemanfaatan teknologi, sumber daya manusia, dan proses bisnis dan perubahan yang melibatkan teknologi digital untuk mengubah cara kerja, beroperasi, hingga berinteraksi, yang mengakibatkan perubahan yang drastis dalam kinerja bisnis organisasi tersebut, sekaligus menuntut adopsi dan inovasi baru dalam menghadapi perubahan lingkungan yang cepat (Wijoyo, 2021).

Pada hasil penelitian pada transformasi digital ini merujuk pada perubahan mendasar dalam cara bisnis dan organisasi beroperasi dan memberikan nilai kepada pelanggan melalui adopsi teknologi digital. Kolaborasi antara Gojek dan Tokopedia adalah contoh nyata dari transformasi digital di Indonesia. Kolaborasi ini telah menghasilkan layanan yang lebih terintegrasi dan memudahkan konsumen dalam mengakses berbagai kebutuhan sehari-hari. Hasil kuesioner menunjukkan bahwa mayoritas responden (76%) setuju atau sangat setuju bahwa kolaborasi ini telah membawa perubahan positif dalam hal kemudahan dan efisiensi layanan digital.

Kolaborasi Organisasi

Pembentukan kolaborasi dapat mempercepat pencapaian tujuan yang telah disepakati bersama, dengan mengatur pembagian tugas dan pekerjaan. Ini adalah suatu usaha yang disengaja untuk mencapai tujuan bersama melalui kerja sama yang telah diatur. Pembagian tugas ini membentuk suatu tim yang fokus pada pencapaian tujuan bersama. Di sisi lain, kolaborasi juga dapat meningkatkan efisiensi dalam menangani proyek besar, membagi beban keuangan, mengalokasikan sumber daya, serta menyelesaikan masalah yang kompleks yang sulit diatasi secara individual tanpa bantuan dan keterlibatan pihak lain.

Secara garis besar, kolaborasi adalah adanya pola dan bentuk hubungan yang dilakukan antar individu ataupun organisasi yang berkeinginan untuk saling berbagi, saling berpartisipasi secara penuh, dan saling menyetujui atau bersepakat untuk melakukan tindakan bersama dengan cara berbagi informasi, berbagi sumber daya, berbagi manfaat, dan berbagi tanggung jawab dalam pengambilan keputusan bersama untuk menggapai sebuah cita-cita untuk mencapai tujuan bersama ataupun untuk menyelesaikan berbagai masalah yang dihadapi oleh mereka yang berkolaborasi (Saleh, 2020).

Sedangkan, organisasi yang didefinisikan sebagai gabungan orang atau entitas yang bekerja bersama secara teratur dan terkoordinasi untuk mencapai tujuan yang telah disepakati. Individu yang terlibat dalam organisasi selalu saling terhubung dan berinteraksi secara

berkelanjutan. Mereka beradaptasi untuk mendukung tujuan organisasi yang harus dicapai (Fithriyyah, 2021).

Transformasi aplikasi kolaborasi di Indonesia telah menjadi bagian penting dari transformasi digital yang lebih luas. Dalam konteks aplikasi kolaborasi memungkinkan individu dan organisasi untuk bekerja bersama secara efisien, seperti halnya pada kolaborasi yang dilakukan oleh Gojek dan Tokopedia untuk meningkatkan layanannya beserta berupaya untuk bertahan dan melewati masa pandemi. Dengan menggabungkan Gojek dan Tokopedia yang akan menciptakan sebuah ekosistem global yang unik dan saling melengkapi. Ekosistem ini menggabungkan layanan e-commerce, barang dan jasa, sekaligus keuangan.

Kolaborasi organisasi pada GoTo mengacu pada sinergi dan kemitraan antara dua perusahaan terkemuka, yaitu Gojek dan Tokopedia. Gojek, sebagai perusahaan teknologi berbasis aplikasi asal Indonesia yang terkenal dengan layanan multi-layanan, seperti transportasi, pembayaran, logistik, dan lainnya, berkolaborasi dengan Tokopedia, salah satu platform e-commerce terbesar di Indonesia.

Berikut adalah beberapa hal penting yang menjelaskan kolaborasi organisasi pada GOTO:

1. Penguatan Ekosistem Digital

Kolaborasi antara Gojek dan Tokopedia bertujuan untuk memperkuat ekosistem digital di Indonesia dengan menyediakan berbagai layanan terpadu yang mencakup transportasi, pembayaran, belanja online, logistik, dan layanan lainnya. Hal ini memungkinkan pengguna untuk mengakses berbagai kebutuhan mereka melalui satu platform yang terintegrasi.

2. Inovasi Produk dan Layanan

Dengan menggabungkan keahlian dan sumber daya keduanya, GOTO Group dapat menghasilkan inovasi produk dan layanan baru yang lebih baik dan lebih sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Kolaborasi ini memungkinkan pengembangan solusi yang lebih komprehensif dan berorientasi pada pengguna, sehingga meningkatkan pengalaman pengguna secara keseluruhan.

3. Skala Operasional

Melalui kolaborasi, GOTO Group dapat mencapai skala operasional yang lebih besar dan mencakup lebih banyak wilayah di Indonesia. Ini memungkinkan mereka untuk meningkatkan penetrasi pasar dan memberikan layanan kepada lebih banyak pengguna di seluruh negeri.

Kolaborasi antara dua entitas besar seperti Gojek dan Tokopedia tidak hanya berdampak pada peningkatan kapabilitas teknologi keduanya, tetapi juga pada ekspansi jangkauan pasar serta peningkatan mutu layanan yang disajikan. Menurut mayoritas responden (59%), hasil kolaborasi ini menunjukkan adanya sinergi yang kuat di antara kedua perusahaan,

yang berujung pada penghasilan layanan yang lebih unggul dan inovatif. Konsep ini sejalan dengan prinsip-prinsip teori kolaborasi organisasi yang menegaskan bahwa kerja sama yang solid dapat membawa manfaat besar tidak hanya bagi para pelaku kolaborasi, tetapi juga bagi konsumen yang menjadi penerima akhir dari layanan yang dihasilkan.

Inovasi Layanan Aplikasi Digital

Program aplikasi layanan digital menggunakan alat untuk memanfaatkan teknologi digital dan aplikasi untuk memenuhi kebutuhan dan membawa dampak nyata bagi masyarakat dengan penekanan pada peningkatan ketersediaan dan perluasan layanan di berbagai bidang seperti kesehatan digital, e-Pertanian, *e-Learning*, *e-commerce* serta inisiatif lintas sektor untuk mempercepat pembangunan berkelanjutan (ITU, 2023).

Layanan aplikasi digital pada GOTO mengacu pada berbagai fitur dan fungsi yang disediakan oleh platform tersebut kepada pengguna. GoTo merupakan platform yang menyediakan layanan berbasis aplikasi untuk berbagai kebutuhan, mulai dari pesan antar, layanan pengiriman barang, hingga reservasi transportasi.

Dalam era digital yang terus berkembang, aplikasi digital telah menjadi bagian tidak terpisahkan dalam kehidupan sehari-hari kita. Salah satu aspek penting dari aplikasi digital adalah inovasi dalam layanan yang ditawarkan. Dengan harapan layanan baru dapat menarik lebih banyak pelanggan atau memenuhi kebutuhan yang belum terpenuhi sebelumnya.

Menurut Dhewanto dalam (Parinda, 2023) inovasi sering kali merujuk pada upaya untuk memperbaharui, mengubah, atau meningkatkan proses atau produk, serta melakukan tindakan yang lebih efektif. Dalam konteks bisnis, ini sebagai penerapan gagasan baru dalam meningkatkan layanan yang ada, dan menciptakan produk tambahan yang lebih beragam dan efektif. Ruang lingkup inovasi tersebut mencakup inovasi dalam produk, layanan, dan proses.

Kualitas layanan dapat dijelaskan sebagai perbedaan antara harapan pelanggan dan pengalaman mereka terhadap layanan yang diterima, karena pelanggan cenderung membandingkan layanan yang mereka terima dengan harapan mereka sebelum mendapatkan layanan tersebut (Sembiring, 2021).

Setelah Gojek dan Tokopedia berkolaborasi dan menjadi satu PT yang bernama PT GoTo Gejek Tokopedia Tbk (GOTO), mereka berinovasi dan merilis sejumlah produk layanan yang dapat memulihkan kinerja yang disebabkan oleh strategi perseroan dan memperluas pasar potensial (*Total Addressable Market/TAM*) melalui pengembangan produk layanan.

Berikut beberapa inovasi produk layanan yang diluncurkan GOTO:

1. GoFood Mode Hemat

Layanan Go Food ini memberikan pilihan harga terjangkau dan opsi gratis ongkos kirim. Menurut data riset e-conomy SEA 2021, pembatasan aktivitas fisik di luar rumah selama pandemi menyebabkan peningkatan penggunaan layanan digital di Indonesia, dengan rata-rata kenaikan hingga 3,6 kali lipat.

Selain memberikan manfaat bagi pelanggan, kehadiran Mode Hemat ini diharapkan dapat meningkatkan potensi permintaan untuk pesanan dari mitra pengemudi serta mitra UMKM kuliner, terutama UMKM yang berada dalam jangkauan operasional Mode Hemat ini.

2. GoPay Later di Tokopedia

GOTO juga memperluas ketersediaan produk layanan pembayaran di Tokopedia, termasuk GoPayLater dan produk pinjaman tunai baru. Layanan ini menawarkan fleksibilitas pembayaran yang lebih luas bagi konsumen yang mengutamakan harga.

3. GoCar Hemat

GoCar Hemat adalah layanan transportasi baru dari Gojek untuk mengakomodir kebutuhan mobilitas penggunaannya dengan harga yang lebih terjangkau. Inovasi ini dihadirkan oleh Gojek berdasarkan pemahaman bahwa masyarakat Indonesia menginginkan pilihan layanan yang lebih ekonomis.

Inovasi dalam layanan aplikasi digital merupakan salah satu hasil utama yang muncul dari kolaborasi antara Gojek dan Tokopedia. Para responden mengakui adanya perbaikan yang signifikan dalam hal fitur dan layanan yang disajikan oleh aplikasi gabungan ini. Dengan 21% responden menyatakan cukup puas dan 17% sangat setuju, dapat disimpulkan bahwa meskipun masih ada sebagian kecil pengguna yang merasa bahwa layanan masih bisa ditingkatkan, namun mayoritas pengguna merasakan manfaat nyata dari inovasi yang telah dilakukan. Hal ini mencerminkan kesuksesan kolaborasi tersebut dalam meningkatkan pengalaman pengguna dengan memberikan solusi yang lebih baik dan lebih sesuai dengan kebutuhan mereka dalam menggunakan layanan digital.

Dampak Perubahan Organisasi Pasca Pandemi

Menurut Winardi J. (2010) perubahan organisasi memiliki efek positif dan negatif. Perubahan adalah kunci menguasai masa depan organisasi jika terdapat adanya perubahan secara global. Perubahan struktural dalam organisasi dan pasar biasanya terkait dengan perubahan yang lebih bedar dalam masyarakat, ekonomi, dan teknologi. Dunia kerja Pasca pandemi Covid-19, dunia kerja mengalami perubahan di mana pekerja dapat bekerja dari mana saja, tidak hanya dari kantor. Ini menguntungkan pekerja dan organisasi. Organisasi perlu

berubah dan bertahan dan dapat berkembang setelah pandemi, melihat krisis sebagai peluang untuk terus memperbaiki organisasi.

Setelah pandemi Covid-19 melanda dunia, muncul sejumlah riset yang mengaitkan langsung dampak Covid-19 pada aktivitas organisasi bisnis. Sejumlah karya akademis mengaitkan dampak besar Covid-19 terhadap sektor bisnis (Hess & Waller, 2020).

Pasca pandemi COVID-19, GoTo, yang merupakan hasil dari penggabungan Gojek dan Tokopedia, mengalami berbagai dampak yang signifikan dalam operasi dan strategi bisnisnya.

Berikut adalah beberapa penjelasan tentang dampak pasca pandemi yang mungkin dialami oleh GOTO:

1. Perubahan Pola Penggunaan Aplikasi

Pasca pandemi, pola penggunaan aplikasi GoTo mungkin mengalami perubahan signifikan. Dengan adopsi kerja jarak jauh yang lebih luas dan peningkatan belanja online, GoTo mungkin menyaksikan peningkatan dalam penggunaan aplikasi pengiriman barang dan layanan transportasi online, serta layanan keuangan dan belanja online dari Tokopedia.

2. Peningkatan Permintaan Layanan Digital

Dampak pandemi COVID-19 telah mempercepat pergeseran ke arah layanan digital. Pengguna mungkin lebih cenderung menggunakan layanan digital untuk memenuhi kebutuhan mereka, seperti memesan makanan, melakukan belanja online, atau mengakses layanan keuangan. Hal ini mungkin menghasilkan peningkatan permintaan terhadap layanan-layanan yang ditawarkan oleh GoTo, seperti layanan pengiriman makanan dari GoFood atau pembayaran digital dari GoPay.

3. Kolaborasi yang Lebih Mendalam

Pasca penggabungan antara Gojek dan Tokopedia, GOTO mungkin telah memperdalam kolaborasi antara unit bisnisnya untuk memberikan layanan yang lebih holistik kepada pengguna. Hal ini bisa termasuk integrasi layanan antara platform Gojek dan Tokopedia, penawaran layanan, atau peningkatan sinergi dalam pengembangan produk dan inovasi.

Pandemi COVID-19 telah menjadi pendorong utama dalam mempercepat adopsi teknologi digital di berbagai sektor. Di tengah kondisi ini, kolaborasi antara Gojek dan Tokopedia menjadi sangat relevan dan strategis. Kehadiran kolaborasi ini pada saat yang tepat

membantu masyarakat untuk menyesuaikan diri dengan perubahan yang terjadi dalam kebiasaan berbelanja dan bertransaksi secara keseluruhan.

Menurut hasil kuesioner, sebanyak 59% dari total responden merasa bahwa kolaborasi ini memberikan dampak positif yang signifikan dalam kehidupan mereka pasca pandemi. Mereka melihat peningkatan kenyamanan, efisiensi, dan keamanan dalam bertransaksi secara digital sebagai hasil dari kolaborasi ini. Meskipun demikian, hanya 3% yang menyatakan ketidaksetujuan, menunjukkan bahwa dampak negatif atau ketidakpuasan yang dirasakan sangat minimal dalam konteks ini. Ini menegaskan bahwa kolaborasi Gojek-Tokopedia telah berhasil menyediakan solusi yang relevan dan diinginkan oleh masyarakat dalam menghadapi tantangan pandemi dan perubahan perilaku konsumen yang berkelanjutan.

Pengumpulan Dataset

Pada tahap pengumpulan data, metode yang digunakan adalah kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data di mana responden diberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis. Kuesioner ini terdiri dari 15 pernyataan yang disusun oleh peneliti dan setiap responden diminta untuk memilih satu jawaban dari opsi yang telah disediakan. Variabel yang diteliti meliputi layanan aplikasi digital Gojek-Tokopedia, hasil kolaborasi dari Gojek-Tokopedia, dan dampak kepada masyarakat pasca pandemi.

Pada penelitian ini peneliti menggunakan penghitungan skala likert dan mendapatkan data yang diperoleh dengan cara menyebarkan kuesioner kepada mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Semarang. Data yang diperoleh berupa sangat setuju, setuju, cukup, tidak setuju, dan sangat tidak setuju dari para pengguna yang menggunakan Gojek-Tokopedia.

KESIMPULAN DAN SARAN

Pandemi COVID-19 telah menjadi pemicu utama dalam mengakselerasi transformasi digital di berbagai sektor, termasuk dalam dunia bisnis. Dalam menghadapi tantangan yang ditimbulkan oleh pandemi, organisasi perlu memanfaatkan keahlian dan sumber daya yang ada melalui kolaborasi antar-organisasi. Hal ini terlihat dalam contoh kolaborasi antara Gojek dan Tokopedia yang membentuk PT GoTo, sebuah langkah strategis untuk meningkatkan kualitas layanan aplikasi digital pasca pandemi. Kolaborasi semacam ini tidak hanya memperkuat ekosistem digital, tetapi juga memungkinkan terciptanya inovasi baru dalam produk dan layanan, serta mencapai skala operasional yang lebih besar.

Selain itu, organisasi seperti GoTo terus berupaya melakukan inovasi dalam layanan aplikasi digital yang mereka tawarkan. Dengan melihat kebutuhan dan harapan pengguna, inovasi ini bertujuan untuk meningkatkan pengalaman pengguna dan memperluas pasar

potensial. Namun, perubahan pasca pandemi juga membawa dampak yang signifikan bagi organisasi, termasuk perubahan dalam pola penggunaan aplikasi, peningkatan permintaan terhadap layanan digital, dan kolaborasi yang lebih mendalam antara unit bisnisnya. Meskipun terdapat tantangan dan dampak negatif, seperti penurunan kinerja sementara, namun perubahan tersebut juga membawa dampak positif, seperti peningkatan adaptasi terhadap teknologi dan fleksibilitas dalam pola kerja. Dengan demikian, pandemi COVID-19 telah menjadi pemicu bagi perubahan yang mendalam dalam lanskap bisnis, yang menuntut organisasi untuk beradaptasi dan berinovasi guna menjaga relevansi dan daya saing mereka di era digital ini.

DAFTAR REFERENSI

- Abdullah, K., Jannah, M., Aiman, U., Hasda, S., Taqwa, Masita, . . . Sari, M. E. (2022). Metodologi penelitian kuantitatif. Kab. Pidie Provinsi Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Anam, K., & Indonesia, C. (2023, November 1). 3 bulan pimpin GOTO, Patrick Walujo kebut inovasi produk. CNBC Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/market/20231101120626-17-485467/3-bulan-pimpin-goto-patrick-walujo-kebut-inovasi-produk>
- Azmiatun, S. (2022). Pengaruh inovasi produk dan kepuasan konsumen terhadap keputusan pembelian pada banana pop kota bima. *Manajemen Dewantara*, 6(2), 201-210.
- Banjarnahor, & dkk. (2022). Transformasi digital dan perilaku organisasi. Yayasan Kita Menulis.
- Bisnis, B. (2023, November 13). Mengenal GoCar hemat dan cara pesannya. *Kumparan*. <https://kumparan.com/berita-bisnis/mengenal-gocar-hemat-dan-cara-pesannya-21ZHbF4OQRP/full>
- Dwikarno, Sulistyanto, A., & Yasya, W. (2022). Strategi merger Gojek dan Tokopedia melalui komunikasi perusahaan dalam framing berita media daring di era pandemi COVID-19. *Jurnal Signal*, 10(1), 42-67.
- Fithriyyah, M. U. (2021). Dasar-dasar teori organisasi. Jakarta: Institute For Research and Development (IRDEV).
- Hidayat, M. (2022, September 2). GoFood rilis fitur mode hemat, apa kelebihanannya? *Liputan6*. <https://www.liputan6.com/tekno/read/5058634/gofood-rilis-fitur-mode-hemat-apa-kelebihannya?page=4>
- Indriani. (2022, Maret 4). Perspektif baru organisasi dan pengelolaan SDM pascapandemi COVID-19. *Antara News*. <https://www.antaraneews.com/berita/2739269/perspektif-baru-organisasi-dan-pengelolaan-sdm-pascapandemi-covid-19>
- Saleh, C. (2020). Konsep, pengertian, dan tujuan kolaborasi. Pustaka Universitas Terbuka.

- Sammy, A. (2021). Pengaruh pandemi COVID-19, inersia organisasi, dan kepemimpinan transformasional pada inovasi model bisnis media cetak di Indonesia: Peran inovasi digital sebagai mediator. Depok: FEB UI.
- Sembiring, V. A., & Puspitasari, N. B. (2023). Evaluasi layanan Gojek milik PT. GOTO Gojek Tokopedia Tbk. dengan metode service quality (SERVQUAL). *Industrial Engineering Online Journal*, 12(3).
- Wijoyo, Hadion, & dkk. (2021). Transformasi digital dari berbagai aspek. Kabupaten Solok: Insan Cendekia Mandiri.