

ANALISIS PERBANDINGAN *COMPETITIVE ADVANTAGE*, KUALITAS LAYANAN DAN PEMANFAATAN TEKNOLOGI PADA GOJEK DAN GRAB

Komala Febriani Situmorang
Universitas Widyatama, Bandung
Email : komalafebriani11@gmail.com

ABSTRAK

Jurnal ini membahas bagaimana Gojek dan Grab merancang model bisnis digital untuk meningkatkan keunggulan kompetitif di era ekonomi digital yang berkembang pesat. Kedua perusahaan telah berhasil mengintegrasikan layanan seperti ride-sharing, pengiriman makanan, pembayaran digital dan lainnya ke dalam platform mereka. Penelitian ini menggunakan perbandingan strategi pemasaran, pertumbuhan pengguna, kerjasama strategis, inovasi produk dan pemahaman pelanggan untuk memahami bagaimana Gojek dan Grab menciptakan keunggulan kompetitif di pasar yang kompetitif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keduanya berhasil mengembangkan model bisnis yang memanfaatkan teknologi, data dan kemitran strategis. Mereka juga berfokus pada pengalaman pelanggan dengan solusi yang nyaman dan efisien. Studi kasus ini memberikan wawasan berharga bagi perusahaan dalam ekosistem bisnis digital yang terus berkembang.

Kata kunci : Model Bisnis Platform Digital; Gojek, Grab; Keunggulan Kompetitif

ABSTRACT

This journal discusses how Gojek and Grab design digital business models to enhance competitive advantage in the rapidly growing digital economy era. Both companies have successfully integrated services such as ride-sharing, food delivery, digital payments, and others into their platforms. This research uses a comparison of marketing strategies, user growth, strategic partnerships, product innovation, and customer understanding to comprehend how Gojek and Grab create competitive advantages in a competitive market. The research results show that both have successfully developed business models that leverage technology, data, and strategic partnerships. They also focus on customer experience with convenient and efficient solutions. This case study provides valuable insights for companies in the continuously evolving digital business ecosystem.

Keywords: Digital Platform Business Model; Gojek, Grab; Competitive Advantage

PENDAHULUAN

Transportasi

Transportasi merupakan unsur terpenting dalam pengembangan suatu Negara, dimana transportasi yang menjadi salah satu dasar pembangunan ekonomi dan perkembangan masyarakat serta pertumbuhan industri. Dimana perkembangan transportasi akan mendorong kegiatan perekonomian dan pembangunan di suatu daerah maupun Negara. Transportasi interaksi antar manusia maupun sebagai alat untuk

memudahkan manusia dalam memindahkan barang dari suatu tempat ke tempat yang lain.

Transportasi Online

Teknologi informasi saat ini sudah berkembang di Indonesia. Termasuk teknologi transportasi berbasis online yang diharapkan dapat mempermudah pelayanan yang belum didapatkan oleh transportasi konvensional seperti mempermudah akses transportasi, pembayaran, dan mengadakan diskon yang diberikan kepada pengguna penumpang perihal tersebut tidak bias didapatkan dari transportasi konvensional.

Gojek

Gojek adalah perusahaan teknologi dengan visi social yang bertujuan meningkatkan kesejahteraan pekerja di berbagai sector informal di Indonesia . Didirikan oleh Nadiem Makarim dan Michaelangelo pada Agustus 2010, Gojek telah menjadi bagian penting dalam kehidupan masyarakat. Untuk jenis layanan yang ada pada Gojek ada pada tabel.1

Awalnya, Gojek beroperasi dengan 20 pengemudi dan pemesanan melalui telepon, BBM, dan Yahoo Messenger, Call center akan mencari pengemudi terdekat dan menugaskan mereka kepada pelanggan sambil memantau kedatangan pengemudi. Namun, pada 7 Januari 2015, Gojek meluncurkan aplikasi Gojek sebagai platform pertemuan antara konsumen dan pengemudi ojek , mengikuti perkembangan teknologi.

Grab

Grab didirikan pada tahun 2012 oleh Anthony Tan dan Tan Hooi Ling, dua mahasiswa Harvard Business School. Awalnya, perusahaan ini bernama MyTeksi dan berfokus pada aplikasi pemesanan taksi di Malaysia. Grab memberikan layanan aplikasi transportasi menyediakan layanan seperti kurir, pesan antar makanan, pembayaran, dan pemesanan kamar hotel . Pada awal kemunculannya , Grab menawarkan tarif yang sangat terjangkau karena tingginya permintaan . Akibatnya, Grab mulai merekrut pengemudi dalam jumlah besar pada awal Agustus 2015. Banyak calon pengemudi yang mendaftar sebagai Mitra Grab dengan harapan bisa mendapatkan penghasilan besar seperti para pengemudi ojek online lainnya yang sudah bergabung sebelumnya . Untuk informasi lebih lanjut terkait layanan Gojek ada pada tabel 2.

Perbandingan

Gojek dan Grab, dua aplikasi dengan berbagai layanan yang dibutuhkan oleh masyarakat, secara ketat bersaing dalam pangsa pasar transportasi online di Indonesia. Untuk pengguna Grab dan Gojek aktif tahun 2022 adalah Grab 32,6jt dan Gojek 27,5jt. Menurut hasil riset dari *measureable.ai* pada periode Maret 2020 hingga Februari 2021 Grab mendominasi pangsa pasar dengan nilai persentase sebesar 51% ,Sedangkan Gojek mencapai 49%. Meskipun Gojek sempat unggul dengan nilai 60% pada Mei 2020, Grab kembali memimpin pada Juli 2020 dengan 54%, sedangkan Gojek turun menjadi 46% .Selanjutnya,

Dalam kategori transportasi online tahun 2022, Grab menguasai 52% pangsa pasar, unggul 4% dibandingkan Gojek yang memiliki 48%.

Grab cenderung lebih dominan dalam layanan roda empat (mobil), sementara Gojek lebih banyak digunakan untuk layanan roda dua (motor). Pengguna Grab yang menggunakan layanan roda dua dan empat masing masing adalah 34% dan 26% sedangkan pada Gojek , 40% pengguna menggunakan layanan roda dua secara eksklusif dan hanya 16% yang menggunakan layanan roda empat

Rumusan Masalah

Bagaimana perbedaan *competitive Advantage*, Kualitas Layanan, dan Pemanfaatan Teknologi antara pengguna Gojek dan Grab

TINJAUAN PUSTAKA

Analisis Perbandingan *Competitive Advantage*, Kualitas Layanan dan Pemanfaatan Teknologi pada Go-Jek dan Grab

Model Bisnis

Model bisnis didefinisikan sebagai desain dan struktur bagaimana perusahaan menciptakan, memberikan ,dan menangkap nilai di pasar Amit dan Zott(2001,p.511), Ini Mencakup elemen-elemen kunci dan kegiatan yang mendorong pendapatan dan profitabilitas perusahaan . Desain model bisnis melibatkan berbagai elemen , termasuk aspek yang berpusat pada kebaruan . Desain model bisnis melibatkan berbagai elemen, termasuk Aspek yang berpusat pada kebaruan berfokus pada penciptaan proposisi nilai yang unik dan inovatif (Stinchcombe 1965). Desain yang berpusat pada efisiensi menekankan pengoptimalan proses operasional dan alokasi sumber daya Desain yang berpusat pada kebaruan dan efisiensi memiliki efek positif pada kinerja perusahaan

(e.g., Amit and Zott 2001 Chesbrough and Rosenbloom 2002, Hargadomand Doughlas 2001, Mendelson 2000). Desain yang berpusat pada efisiensi yang lebih menonjol tidak mengurangi daya tawar perusahaan relative terhadap pemangku kepentingan lainnya.

Keuntungan menerapkan model bisnis platform digital (AL-Debei and Avison 2010; Smith et al .2010; Zott and Amit 2007)

- Model bisnis platform digital menawarkan peluang bagi perusahaan untuk menciptakan ,memberikan,dan menangkap nilai .
- Mereka memungkinkan koordinasi actor yang dapat bersaing dan berinovasi , yang mengarah pada peningkatan kolaborasi dan inovasi dalam ekosistem platform.
- Platform digital dapat memanfaatkan ruang lingkup ekonomi dalam penawaran dan permintaan,memungkinkan alokasi dan pemanfaatan sumber daya yang efisien.
- Mereka menyediakan arsitektur teknologi modular dengan komponen inti dan periferal,memfasilitasi fleksibilitas dan skalabilitas.

Tantangan menerapkan model bisnis platform digital (Baldwin and Woodard 2009; Boudreau 2010; Ghazawneh and Henfridsson 2013; Tiwana et al. 2010; Yoo et al. 2010).

- Model bisnis platform digital terdiri dari elemen elemen yang saling bertentangan yang sering menciotakan ketegangan, mengharuskan pemilik platform untuk terus merancang,menyesuaikan,dan/atau ,mendasain ulang model bisnis mereka.
- Mengelola ketegangan ini bisa menjadi tugas yang menantang , karena elemen-elemen yang saling bertentangan perlu di kelola secara efektif untuk memastikan keberhasilan dan keberlanjutan model bisnis.
- Mengelola ketegangan ini menjadi tugas yang menantang , karena elemen-elemen yang saling bertentangan peril di kelola secara efektif untuk memastikan keberhasilan dan keberlanjutan model bisnis

Platform digital

Platform digital adalah platform eksternal berbasis perangkat lunak yang terdiri dari basis kode dan antarmuka yang melaluinya modul berinteraksi (Tiwana et al., 2010; Boudreau, 2012). ,menyediakan fungsionalitas inti yang dibagikan oleh modul-modul ini(Tilson et al., 2012)..

Ini termasuk subsistem perangkat lunak tambahan, seringkali berupa aplikasi yang dikembangkan oleh pengembang dari pihak ketiga Sanchez and Mahoney ,1996;

Badwin and Clark,2000).Platform digital dspst dicirikan sebagai kumpulan sosioteknik,yang mencakup elemen teknik,proses organisasi,dan standar.

Mereka dapat memiliki tingkat keterbukaan yang berbeda, termasuk aturan masuk dan keluar,serta keterbukaan teknologi seperti API dan perangkat pengembangan perangkat lunak (SDK)(Tilson et al.,2010). Platform digital kurang kompleks daripada infrastruktur digital tetapi memiliki pengaturan control khusus, yang mungkin berlabuh dalam organisasi atau konsorsium perusahaan yang memiliki teknologi platform inti(Eisenman et al.,2006)

Kompetitif advantage

Keunggulan kompetitif mengacu pada atribut atau kemampuan unik yang memungkinkan perusahaan mengungguli pesaingnya dan mencapai kinerja yang unggul di pasar.ini adalah kemampuan perusahaan untuk menciptakan dan mempertahankan posisi yang menguntungkan relative terhadap para pesaingnya , memungkinkannya untuk menarik pelanggan , menghasilkan penjualan yang lebih tinggi , dan mendapatkan keuntungan yang lebih besar (AAker dan McLoughlin,2010).

Keunggulan kompetitif dapat dicapai melalui berbagai cara, seperti menawarkan produk atau layanan dengan biaya lebih rendah(kepemimpinan biaya), memberikan promo yang unik dan berbeda (diferensiasi), inovasi berkelanjutan , aliansi strategis , dan mencapai skala ekonomi penting bagi perusahaan untuk mempertahankan keunggulan kompetitif mereka dengan menerapkan strategi yang menciptakan hambatan masuk,melindungi pangsa pasar,dan mempertahankan posisi mereka di pasar .Keunggulan kompetitif adalah pendorong utama kinerja pemasaran dan kesuksesan bisnis secara keseluruhan di industry ride-hailing

Keunggulan kompetitif telah menjadi topic penelitian yang luas oleh banyak peneliti sebelumnya, seperti yang ditunjukkan oleh karya (D. A.Setyadi & Ali. 2017), (Octavia & Ali.2017). (Larasetiati & Ali.2019).(Fahmi & Ali.2022).(Hernikasari et al.,2022).dan (Ali et al.,2016).Konsep ini berkaitan dengan keunggulan kompetitif dan strategi kompetitif yang dikembangkan oleh Michael Porter.

Keunggulan kompetitif mengacu pada atribut atau strategi unik yang memungkinkan bisnis mengungguli pesaingnya dan mencapai kinerja yang unggul di pasar. Keunggulan kompetitif dapat dicapai melalui berbagai cara, seperti Kepemimpinan biaya, diferensiasi, inovasi , pertumbuhan , dan aliansi. Kepemimpinan

biaya melibatkan penyediaan produk atau layanan dengan harga lebih rendah dibandingkan dengan para pesaing, sementara diferensiasi berfokus pada penawaran produk atau layanan yang unik dan unggul.

Inovasi melibatkan memperkenalkan ide, produk, atau proses baru yang memberikan keunggulan kompetitif, sementara strategi pertumbuhan bertujuan untuk memperluas pangsa pasar dan meningkatkan profitabilitas. Aliansi melibatkan pembentukan kemitraan atau kolaborasi dengan organisasi untuk memanfaatkan sumber daya dan kemampuan, Menurut Umar (2010)

Keunggulan kompetitif sangat penting bagi bisnis untuk berhasil dan berkembang di pasar yang kompetitif, karena memungkinkan perusahaan untuk menarik pelanggan, meningkatkan pangsa pasar, dan mencapai profitabilitas yang lebih tinggi. (Aaker dan McLoughlin, 2010)

Business Platform Digital dalam Transportasi Online

Industri transportasi online di Indonesia telah menyaksikan munculnya model bisnis berbasis platform, seperti Gojek dan Grab, yang telah menjadi pemain signifikan di pasar. Perusahaan-perusahaan berbasis platform ini telah menciptakan ekosistem yang memenuhi sisi permintaan dan penawaran layanan transportasi. Gojek, khususnya, telah mendapatkan pengakuan sebagai perusahaan unicorn dengan aset melebihi 1 miliar dollar. Model bisnis platform yang bertujuan untuk memberikan solusi alternatif untuk sistem transportasi yang ada, menawarkan kenyamanan, ketepatan waktu, dan kemudahan pemesanan bagi pelanggan. Kepuasan pelanggan dalam industri transportasi online dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti keamanan dan kenyamanan, kualitas layanan, ketepatan waktu, kemudahan pemesanan, dan kesesuaian harga.

Baik Gojek maupun Grab menawarkan berbagai layanan di luar transportasi, seperti pengiriman makanan, pengiriman bahan makanan, dan layanan pembayaran digital. Model bisnis mereka berkisar pada penyediaan layanan transportasi dan pengiriman yang nyaman dan terjangkau kepada pelanggan melalui platform digital, memanfaatkan ekonomi digital dan memanfaatkan teknologi untuk mengoptimalkan operasi dan meningkatkan pengalaman pelanggan.

Gojek dan Grab telah Berhasil menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan dengan mengelola sumber daya mereka secara efektif, termasuk sumber daya manusia, modal structural, dan modal pelanggan. (Barney dan Clark 2007)

Mereka juga berfokus pada pengembangan sumber daya yang unik dan sulit ditiru, seperti jaringan driver dan pelanggan mereka yang luas, serta infrastruktur teknologi mereka (Kuryanto 2008)

Value chain analysis

Value chain analysis kerangka kerja yang memeriksa kegiatan dan proses dalam rantai nilai perusahaan untuk mengidentifikasi peluang untuk menciptakan nilai dan mendapatkan keunggulan kompetitif. Ini diperkenalkan oleh Porter pada tahun 1985 dan sejak itu telah diterapkan di berbagai bidang, termasuk studi perusahaan individu, seluruh industri, cluster industri, dan jaringan produksi global. Analisis rantai nilai telah diperluas ke berbagai aplikasi di luar studi perusahaan individu, termasuk menyelidiki struktur pasar dan peraturan dan mengidentifikasi kendala sisi penawaran. (Rogan et al 2010)

Rantai Nilai

Gojek

Inbound Logistics

Gojek bekerja sama dengan vendor untuk memasok atribut seperti helm, jaket, dan masker. Atribut ini diterima, disimpan, dan didistribusikan dengan pengawasan kualitas yang ketat oleh departemen Quality Control. Gojek juga bermitra dengan pengemudi berpengalaman di berbagai kota untuk memastikan layanan yang handal.

Operations

Operasi Gojek melibatkan manajemen pengemudi yang profesional, penerapan Standar Operasional Prosedur (SOP) yang ketat, dan transparansi harga untuk memberikan layanan berkualitas kepada pelanggan.

Outbound Logistics

Proses outbound logistics Gojek mencakup pemesanan dan penjadwalan pengiriman melalui aplikasi, penggunaan sistem Gopay untuk pembayaran terintegrasi, manajemen pesanan dan inventori, optimalisasi rute transportasi, pelacakan pengiriman

real-time , serta layanan pelanggan yang responsif . perlindungan barang dan kolaborasi dengan mitra bisnis serta analisis data juga menjadi fokus utama.

Pemasaran dan penjualan

Gojek mempromosikan layanannya melalui iklan di berbagai media, menjadi sponsor dalam berbagai acara, dan bekerja sama dengan perusahaan asuransi untuk menawarkan nilai tambah kepada pelanggan.

Pelayanan

Gojek memberikan layanan yang mudah di akses,cepat,ramah,nyaman,dan dapat diandalkan Mereka juga menyediakan layanan complain untuk menangani keluhan pelanggan secara efektif .

Grab

Inbound Logistics

Grab menawarkan layanan pengiriman cepat melalui GrabExpress, belanja online dengan pengiriman cepat dari penyedia terdekat melalui GrabMart , dan belanja produk segar melalui integrasi dengan HappyFresh di GrabFresh

Operations

Tim Operations & Sales Grab mengelola pusat bantuan dan menyediakan solusi untuk pengguna Program Grab Lawan Opik melindungi mitra pengemudi dari kecurangan . Grab juga menawarkan layanan penyewaan skuter listrik melalui GrabWheels , serta peluang pengembangan karir bagi karyawan . Mereka menyediakan layanan pengiriman fleksibel,termasuk opsi multistep dengan harga terjangkau.

Layanan

GrabFood menyediakan pengiriman makanan segar melalui HappyFresh. Grab menawarkan layanan pembayaran fleksibel dan bantuan jalanan 24 jam. GrabExpress memungkinkan pengiriman paket melalui aplikasi dengan pengemudi Grab , dan layanan bantuan jalanan 24 jam (ERA) memberikan bantuan darurat seperti pengantaran bensin,alat jumper,dan layanan Derek

SWOT

Analisis SWOT adalah metode analisis yang diperkenalkan oleh Albert Humphrey pada tahun 1960-1970. SWOT merupakan singkatan dari kekuatan (strengths),kelemahan (weaknesses), peluang (opportunities), dan ancaman (threats).Menurut Freddy Rangkuti, Analisis SWOT ini mengidentifikasi berbagai factor

secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan .SWOT ini pada dasarnya dapat memaksimalkan kekuatan (strengths), kelemahan (weakness), peluang (opportunities) , ancaman (threats) untuk merumuskan strategi perusahaan maka diperlukan pengembangan misi, tujuan, strategi, dan kebijakan perusahaan baik kondisi internal maupun eksternal karena hal ini sebagai acuan dalam perencanaan strategi yang akan datang.

Hipotesis

Terdapat perbedaan signifikan dalam rata rata *Competitive Advantage*, Kualitas Layanan dan Pemanfaatan Teknologi antara Gojek dan Grab

Menurut (Sugiyono,2014), hipotesis adalah solusi jangka pendek dari rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah diberikan hanya didasarkan pada teori yang relevan dan belum di dasarkan pada fakta empiris yang dikumpulkan melalui pengumpulan data , maka tindakan ini bersifat sementara. Oleh karena itu, hipotesis juga dinyatakan sebagai jawaban atas rumusan masalah penelitian berupa jawaban teoritis, yang belum merupakan jawaban empiris

Model bisnis mengacu pada kerangka kerja atau strategi yang digunakan oleh sebuah organisasi untuk menciptakan, menyampaikan , dan menangkap nilai dalam operasinya. Keunggulan kompetitif Grab diperkuat oleh model bisnis platform digital yang lebih fleksibel, yang memberikan respons yang lebih cepat terhadap perubahan pasar dan kebutuhan pengguna.Fleksibilitas ini memungkinkan Grab untuk lebih inovatif , memberikan solusi yang lebih sesuai dan mempertahankan daya saing yang superior dibandingkan dengan Gojek dalam industri ride-hailing yang kompetitif (Ahdiat,Adi 2022)

METODOLOGI PENELITIAN

Metode adalah suatu cara kerja yang dapat digunakan untuk memperoleh sesuatu. Sedangkan metode penelitian dapat diartikan sebagai tata cara kerja di dalam proses penelitian, baik dalam pencarian data ataupun pengungkapan fenomena yang ada. (Zulkarnaen, W., Amin, N. N., 2018:113). Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang menggunakan data dari kuesioner sebagai instrument penelitian. Data kuesioner diukur menggunakan skala likert. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier sederhana untuk mengetahui pengaruh variable independen terhadap variable dependen.

Populasi dari penelitian ini adalah pengguna layanan Gojek dan Grab di Indonesia, sampel peneliti diambil dari pengguna aktif kedua layanan tersebut dengan kriteria tertentu.

Data primer dikumpulkan untuk tujuan penelitian ini. Data ini diperoleh langsung dari lapangan dengan memberikan kuesioner kepada responden, yang kemudian mengisi kuesioner dan dijadikan sebagai sampel penelitian. Sampling jenis ini digunakan *purposive sampling*, artinya tidak setiap orang dari populasi diberi kesempatan yang sama untuk diikutsertakan dalam sampel penelitian. Berikut analisis SWOT Gojek dan Grab yang dapat dilihat pada Tabel 3&4

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Kompetitif Advantage (X1)

Go-Jek

Uji Validitas & Uji Reliabilitas

Hasilnya menunjukkan bahwa alat ini akurat (*valid*) dan konsisten dapat dilihat pada tabel 5. Semua item dalam skala memiliki hubungan kuat dengan total skala, dan hasil reliabilitas sangat tinggi dengan Cronbach's Alpha 0,950 dan 0,953. Jadi, alat ini baik untuk digunakan.

Grab

Uji Validitas & Uji Reliabilitas

Instrument penelitian yang dipakai penelitian ini terdapat 3 variabel yaitu kompetitif advantage, kualitas pelayanan, dan pemanfaatan teknologi yang memuat 25 pertanyaan pada Grab dan 25 pertanyaan pada Gojek untuk masing masing variabel. Berdasarkan temuan uji validitas untuk semua variabel yang ditampilkan dalam output SPSS, Syarat validitas terpenuhi jika nilai R hitung lebih besar dari nilai R tabel, yang dalam kasus ini adalah 0,396. yang memenuhi persyaratan validitas.

Menurut hasil uji reliabilitas yang ditampilkan pada *output* SPSS dilakukan terhadap masing-masing variabel, Uji reliabilitas memeriksa konsistensi alat ukur. Alat dianggap andal jika nilai Cronbach's Alpha $> 0,70$ dapat dilihat dari tabel 6.

Uji reliabilitas menunjukkan nilai sangat tinggi, yaitu 0,966 untuk semua item dan 0,969 untuk item standar, yang berarti alat ini konsisten dan andal untuk digunakan. Maka dari itu, kriteria reliabilitas telah terpenuhi pada setiap variabel.

Kualitas Layanan (X₂)

Go-Jek

Uji Validitas & Uji Reliabilitas

Analisis statistik pada "Kualitas Layanan (X₂) Go-Jek" menunjukkan bahwa alat ukur ini akurat dan konsisten. Semua item berkorelasi kuat dengan total skala, dengan rata-rata 0,845, menunjukkan akurasi tinggi. Uji reliabilitas menunjukkan 0,976, yang berarti alat ini sangat andal untuk mengukur kualitas layanan Go-Jek dapat dilihat dalam tabel 7.

Grab

Uji Validitas & Uji Reliabilitas

Uji validitas menunjukkan setiap item berkorelasi kuat dengan total skala, dengan rata-rata korelasi 0,723, menunjukkan alat ini akurat. Uji reliabilitas menunjukkan nilai sangat tinggi, yaitu 0,953, yang berarti alat ini konsisten dan dapat diandalkan untuk mengukur kualitas layanan. dapat dilihat pada tabel 8

Pemanfaatan Teknologi (X₃)

Go-Jek

Uji Validitas & Uji Reliabilitas

Uji validitas menunjukkan setiap item memiliki hubungan kuat dengan total skala, dengan rata-rata korelasi 0,835, menunjukkan alat ini akurat. Uji reliabilitas menunjukkan nilai sangat tinggi, yaitu 0,975, yang berarti alat ini konsisten dan dapat diandalkan untuk mengukur pemanfaatan teknologi dalam konteks Go-Jek, dapat dilihat pada tabel 9.

Grab

Uji Validitas & Uji Reliabilitas

Uji validitas menunjukkan setiap item memiliki hubungan kuat dengan total skala, dengan rata-rata korelasi 0,835, menunjukkan alat ini akurat. Uji reliabilitas menunjukkan nilai sangat tinggi, yaitu 0,975, yang berarti alat ini konsisten dan dapat diandalkan untuk mengukur pemanfaatan teknologi dalam konteks Go-Jek, dapat dilihat dari tabel 10.

Uji Beda Independen (Independent Sample t-test)

Uji beda melihat apakah ada perbedaan antara dua kelompok, seperti pengguna Grab dan Gojek. Data harus normal (nilai signifikansi $> 0,05$). Jika nilai signifikansi $< 0,05$, ada perbedaan signifikan antara kelompok.

Kompetitif Advantage (X_1)

Uji Normalitas

Sebelumnya, uji normalitas dilakukan untuk memastikan distribusi data normal. Hasilnya menunjukkan data "Kompetitif Advantage" terdistribusi normal ($p\text{-value}=0,200 > \alpha=0,05$), memenuhi syarat uji beda independen, dapat dilihat pada tabel 11.

Uji Group Statistics

Uji Group Statistics menunjukkan rata-rata "Keunggulan Kompetitif" untuk Go-Jek ($65,00 \pm 8,87$) dan Grab ($73,84 \pm 11,24$). Uji Independent Samples Test digunakan untuk melihat perbedaan rata-rata antara Go-Jek dan Grab. Dilihat dalam tabel 12 Uji Levene menunjukkan varians tidak sama ($p = 0,166$), tetapi t-test menemukan perbedaan rata-rata yang signifikan ($p = 0,003$). Meskipun varians tidak homogen, t-test tanpa asumsi varian sama memberikan hasil serupa ($p = 0,003$). Perbedaan rata-rata adalah $-8,84$.

Uji Beda Independen (Independent Sample t-test)

Kualitas Layanan (X_2)

Uji Group Statistics

Uji Beda Independen membandingkan rata-rata dua kelompok independen terkait "Kualitas Layanan (X_2)". Pada Tabel 13&14 Uji normalitas sebelumnya menunjukkan data berdistribusi normal ($p\text{-value}=0,068 > \alpha=0,05$). Statistik kelompok menunjukkan rata-rata "Kualitas Layanan" untuk Go-Jek ($64,56 \pm 12,21$) dan Grab ($73,84 \pm 9,64$).

Uji Independent Samples Test

Uji Independent Samples Test membandingkan "Kualitas Layanan (X_2)" antara Go-Jek dan Grab. Hasil uji Levene menunjukkan varians tidak signifikan ($p = 0,456$). Namun, t-test menemukan perbedaan rata-rata yang signifikan ($p = 0,004$). Meskipun varian tidak homogen, t-test tanpa asumsi varian sama menghasilkan hasil serupa ($p = 0,005$). Perbedaan rata-rata adalah $-9,280$, dapat dilihat dari tabel 15.

Uji Beda Independen (Independent Sample t-test)

Pemanfaatan Teknologi (X₃)

Uji Normalitas

Uji Beda Independen digunakan untuk membandingkan "Pemanfaatan Teknologi (X₃)" antara dua kelompok independen. Sebelumnya, dilakukan uji normalitas yang menunjukkan data terdistribusi normal ($p\text{-value}=0,053 > \alpha=0,05$), memenuhi asumsi normalitas untuk uji beda independen, dapat dilihat pada tabel 16

Uji *Group Statistics*

Untuk "Pemanfaatan Teknologi (X₃)", rata-rata pengguna Go-Jek adalah 67,28 (Std. Deviasi: 12,56) dan pengguna Grab adalah 75,72 (Std. Deviasi: 10,68), dapat dilihat pada tabel 17

Uji *Independent Samples Test*

Uji Independent Samples Test membandingkan "Pemanfaatan Teknologi (X₃)" antara dua kelompok independen. Hasil uji Levene menunjukkan varian tidak berbeda signifikan ($p = 0,520$). Namun, t-test menemukan perbedaan rata-rata yang signifikan ($p = 0,014$). Meskipun varian tidak homogen, t-test tanpa asumsi varian sama juga menunjukkan hasil serupa ($p = 0,014$). Perbedaan rata-rata adalah -8,440 pada tabel 18.

Hipotesis

H₀: Tidak ada perbedaan yang signifikan dalam Competitive Advantage, Kualitas Layanan, dan Pemanfaatan Teknologi antara Go-Jek dan Grab.

H₁: Ada perbedaan yang signifikan dalam Competitive Advantage, Kualitas Layanan, dan Pemanfaatan Teknologi antara Go-Jek dan Grab.

- Jika t hitung kurang dari t tabel, maka hipotesis nol (H₀) diterima.
- Jika t hitung lebih besar dari t tabel, maka hipotesis alternatif (H₁) diterima.

Berdasarkan kriteria pengambilan keputusan yang telah disebutkan:

Untuk Competitive Advantage (X₁), nilai t hitung adalah -2,983 dengan df (derajat kebebasan) sebesar 48, dan nilai p-value adalah 0,004, yang lebih kecil dari nilai α (0,05). Oleh karena itu, hipotesis alternatif (H₁) diterima.

Untuk Kualitas Layanan (X₂), nilai t hitung adalah -2,983 dengan df sebesar 48, dan nilai p-value adalah 0,004, juga lebih kecil dari nilai α . Jadi, hipotesis alternatif (H₁) juga diterima.

Untuk Pemanfaatan Teknologi (X3), nilai t hitung adalah $-2,560$ dengan df sebesar 48, dan nilai p -value adalah $0,014$, kembali lebih kecil dari nilai α . Ini juga menghasilkan penerimaan hipotesis alternatif (H_1).

PEMBAHASAN

Bersasarkan hasil pengujian hipotesis pada variabel Competitive Advantage (X1), Kualitas Layanan (X2), dan Pemanfaatan Teknologi (X3) dalam konteks Go-Jek dan Grab.

- Competitive Advantage (X1) : Semua pertanyaan terhubung baik ke total skala, menunjukkan skala yang bagus. Nilai reliabilitas tinggi $0,950$ menunjukkan kepercayaan yang baik. Go-Jek dan Grab berbeda dalam tingkat "Competitive Advantage" secara signifikan.
- Kualitas Layanan (X2) : Setiap item terhubung baik ke total skala, menunjukkan validitas yang baik. Tingkat reliabilitas tinggi $0,976$ menunjukkan keandalan yang baik. Terdapat perbedaan signifikan dalam rata-rata "Kualitas Layanan" antara Go-Jek dan Grab.
- Pemanfaatan Teknologi (X3) ; Setiap item terhubung baik ke total skala, menunjukkan validitas yang baik. Tingkat reliabilitas tinggi $0,975$ menunjukkan keandalan yang baik. Terdapat perbedaan signifikan dalam rata-rata "Pemanfaatan Teknologi" antara Go-Jek dan Grab.

Jelas dari pembahasan diatas Grab memiliki keunggulan dalam competitive advantage kemampuan perusahaan Grab untuk menciptakan dan mempertahankan posisi yang menguntungkan relatif terhadap para pesaingnya, memungkinkannya untuk menarik pelanggan, menghasilkan penjualan yang lebih tinggi, dan mendapatkan keuntungan yang lebih besar (Aaker dan McLoughlin, 2010). dari segi kualitas layanan Grab juga unggul Dalam upaya memenuhi berbagai kebutuhan konsumen dengan tepat waktu, sesuai harapan,serta memenuhi berbagai keinginan dan kebutuhan pelanggan lainnya,kualitas layanan harus diutamakan, terutama jika dibandingkan dengan Gojek di sisi lain Go-Jek dan Grab menunjukkan konsistensi dan akurasi yang sebanding dalam mengukur pemanfaatan teknologi. Kedua layanan tersebut memiliki alat ukur yang sama baiknya dalam memperkirakan tingkat pemanfaatan teknologi, memberikan keandalan yang setara dalam penilaian teknologi yang digunakan.

Hasil uji menunjukkan bahwa orang-orang yang menggunakan Go-Jek dan Grab memiliki perbedaan yang cukup besar dalam hal mengapa mereka memilih satu layanan daripada yang lain, bagaimana kualitas layanan yang mereka terima, dan seberapa baik mereka menggunakan teknologi yang disediakan oleh platform tersebut. Ini berarti, ada faktor-faktor yang membuat pengguna Go-Jek berbeda dari pengguna Grab dalam hal-hal tersebut. Dengan kata lain, Go-Jek dan Grab memiliki keunggulan atau perbedaan yang cukup nyata dalam mata pengguna.

KESIMPULAN DAN SARAN

Agar mengetahui perbandingan Model Business Platform Digital untuk meningkatkan kompetitif advantage Grab dan Gojek adalah tujuan penelitian ini. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, Grab menunjukkan keunggulan dalam competitive advantage dan kualitas layanan dibandingkan Go-Jek. Hal ini terlihat dari nilai yang lebih tinggi pada uji validitas dan reliabilitas. Namun, kedua platform menunjukkan konsistensi yang sebanding dalam menggunakan teknologi, sesuai dengan hasil uji statistik.

Go-Jek harus meningkatkan keunggulan kompetitif dengan strategi yang lebih inovatif dan memperbaiki aspek-aspek kualitas layanan yang ditemukan kurang unggul. Dalam konteks bisnis digital, fokus pada pengembangan infrastruktur teknologi dan inovasi layanan bisa menjadi langkah yang efektif untuk menyaingi Grab. Kesimpulannya, sementara Grab unggul dalam beberapa aspek, Go-Jek memiliki potensi untuk berkembang lebih lanjut dengan peningkatan keunggulan kompetitif dan kualitas layanan yang lebih baik, sambil tetap mempertahankan konsistensi dalam pemanfaatan teknologi.

DAFTAR PUSTAKA

- Amin W. Muger. 2013. Sustained Competitive Advantage in Agribusiness: Applying the
Budiana, Yusuf. Fajar Nur Khasanah. 2020. ANALISIS STRATEGI KOMPETENSI ANTARA JASA TRANSPORTASI ONLINE GOJEK DAN GRAB DENGAN MENGGUNAKAN
De Reuver, M., Sørensen, C., & C. Basole, R. (2017). The digital platform: a research agenda. *Journal of Information Technology*, 33, 124–135.
GAMETHEORY(SRUDI ; MAHASISWA DI PULAU JAWA). Jurnal Mitra Manajemen. Vol 4 No 1 . H 16-27
Hambali, A., & Andarini, S. (2021). FORMULASI STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS MENGGUNAKAN PEDEKATAN BISNIS MODEL CANVAS (BMC) DAN SWOT ANALIYSIS DALAM UPAYA MENINGKATKAN DAYA SAING

- PADA PIRING COFFE SENG COFFE & CO TUNJUNGAN SURABAYA .
Journal of Applied Business Administration, 2548–9909.
- Hermawan, E. (2023). Competitive Strategy, Competitive Advantages, dan Marketing Performance pada E-Commerce Shopee Indonesia. *Jurnal Kewirausahaan Dan Multi Talenta (JKMT)*, 1(1), 2964–6049.
- Indra, N. (2019). ANALISIS TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP MODEL BISNIS PLATFORM OJEK ONLINE. *JURNAL MANDIRI: Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi*, 3(1), 132–149.
- Kurniawan, Andri. 2017. "ANALISIS KEUNGGULAN BERSAING GOJEK DAN GRAB DI WILAYAH KELAPA GADING, JAKARTA UTARA". Skripsi. Jakarta : Institut Bisnis dan informatika Kwik Kian Gie Ni Nyoman Suarniki. Tri Cicik Wijayanti. 2019 . STRATEGI MANAJEMEN PT NEO GLOBAL ERA (Gojek) BANJARMASIN. *Jurnal Mitra Manajemen*. Vol 5 , No 2 Hal 57-68
- M.Christensen, C. (2001). The Past and the Future of Competitive Advantage . *MIT SLOAN MANAGEMENT* , 42(2), 105.
- Mini, T., & Widjaya, T. (2020). *Tensions in Digital Platform Business Models : A Literature Reviuw* .
- Pakaya, Abd. R. (2011). *PENGARUH MANAJEMEN SUMBERDAYA MANUSIA STRATEGI DAN MANAJEMEN TRANSFORMASI TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING*. 8(3), 1693–9034.
- Purnama,Dase. Budi Purwanto.Dkk. 2018.Strategi Peningkatan Kinerja Perusahaan Berdasarkan Keunggulan Kompetitif yang berkelanjutan dan perencanaan Sumber daya . *Jurnal Manajemen dan Organisasi*.VOL 9 NO 1. H 22-34
- Rahmanda, V. (2022). Analisis Strategi Keunggulan Go-Jek dan Grab dalam Meningkatkan Pasar di Indonesia. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)*, 2, 142–147.
- Resource-Based Theory to Human Resources. *Internasional Food and Agribusiness Management Review*. Vol 15 No 4. Hal 27-48
- Salim, Berta. John J.O.I.Ihalaw. TRANSPORTASI MODEL BISNIS GOJEK UNTUK KEUNGGULAN-KOMPETITIF DALAM PERKEMBANGAN EKONOMI – BERBAGAI DARI SUDUT PANDANG PELANGGAN .*Journal of Business & Applied Management* Vol.10 No.2. Hal 106-123
- Yuzaria , Dwi dan Dadi Suryadi. 2011. Analisis Tingkat Keuntungan , Keunggulan Kompetitif , Keunggulan Komparatif , dan Dampak Kebijakan Impor Pada Usaha Peternakan Sapi Potong di Provinsi Jawa Barat. Vol 11.No 1 . Hal 32-38
- Zott, C., & Amit, R. (2006). *Business Model Design and the Performance of Entrepreneurial Firms*.
- Zulkarnaen, W., Amin, N. N. (2018). *Pengaruh Strategi Penetapan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen*. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 2(1), 106-128.

TABEL

Tabel 1

Jenis layanan	Keterangan
GoFood dan GoMart	Layanan untuk memesan dan mengantar belanjaan
GoPay	Layanan untuk dompet digital
GoPay dan GoGive	Layanan untuk donasi secara digital

GoGames, GoPlay dan GoTix
GoSend

Layanan yang menyediakan streaming dan hiburan
Layanan untuk pengiriman barang

Tabel 2

No.	Jenis Layanan	Keterangan
1	GrabBike	pemesanan layanan Transpotasi dengan menggunakan kendaraan roda dua
2	GrabCar	Pemesanan layanan penyewaan mobil dengan sopir
3	GrabExpress	Layanan yang menyediakan kurir ekspres
4	GrabFood	Layanan pemesanan makanan melalui aplikasi grab

Tabel 3

Gojek	
S	W
Layanan kurir, shopping, dan go-food memperluas pangsa pasar.	Aplikasi sering mengalami kesalahan saat jam sibuk.
Pemesanan mudah via smartphone.	Pengemudi dengan perilaku tidak pantas.
Pembayaran non-tunai dengan GO-PAY dari berbagai layanan bank.	Keamanan sistem Android mudah dimodifikasi.
Pelopop layanan ojek online di tanah air, merek mudah diingat.	Penolakan pengemudi terhadap sistem penilaian performa.
O	T
Potensi pasar yang besar untuk pertumbuhan.	Persaingan dari berdirinya usaha sejenis.
Ekspansi ke 15 kota besar di Indonesia.	Harga kompetitor yang lebih rendah.
Kemitraan dengan 200.000 pengendara ojek terpercaya.	Persaingan dengan GrabBike dalam pakaian dan logo.
Permintaan tinggi akan transportasi roda dua.	Ancaman dan serangan terhadap pengemudi dari ojek tradisional.

Tabel 4

Grab	
S	W
Layanan Berkualitas: Verifikasi ketat menghasilkan layanan berkualitas tinggi.	Ketergantungan pada Tenaga Kerja: Manajemen tenaga kerja pengemudi yang sulit.
	Visibilitas Global Terbatas: Terbatasnya visibilitas merek di pasar internasional.
Diversifikasi Layanan: Menyediakan transportasi, pengiriman makanan, dan layanan	Biaya Operasional Tinggi: Operasional pengiriman memakan biaya besar.
Akuisisi Strategis: Akuisisi Uber dan UberEats memperkuat pangsa pasar Grab.	Perubahan Teknologi Cepat: Biaya adaptasi pada perubahan teknologi.
O	T
Ekspansi ke Pasar Baru: Jangkauan pasar pinggiran kota.	Penurunan Kepuasan Pelanggan: Permintaan tips yang berlebihan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.
Kendaraan Listrik: Dukungan pemerintah untuk kendaraan listrik.	Kenaikan Tarif Bahan Bakar: Peningkatan biaya operasional akibat kenaikan tarif.
Promosi Keamanan: Tingkatkan promosi keamanan layanan.	Regulasi Negara yang Ketat: Aturan berbeda di setiap negara dapat menghambat operasional.
Pertumbuhan Infrastruktur: Manfaat dari perbaikan infrastruktur dan situasi ekonomi.	Masalah Keamanan: Peningkatan kejadian keamanan dan persaingan di industri.

Tabel 5
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,950	,953	16

Sumber: Data Primer Diolah, 2024

Tabel 6
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,966	,969	16

Sumber: Data Primer Diolah, 2024

Tabel 7
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,976	,977	17

Sumber : Data Primer Diolah , 2024

Tabel 8
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,953	,955	17

Sumber : Data Primer Diolah , 2024

Tabel 9
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,975	,977	18

Tabel 10
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,967	,968	18

Sumber : Data Primer Diolah , 2024

Tabel 11
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

N	Kompetitif Advantage
	50

Normal Parameters ^{a,b}	Mean	69,42000
	Std. Deviation	10,973233
Most Extreme Differences	Absolute	,087
	Positive	,087
	Negative	-,071
Test Statistic		,087
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

Sumber : Data Primer Diolah , 2024

Tabel 12
Group Statistics

	Jenis	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Kompetitif Advantage	Go-Jek	25	65,00000	8,874120	1,774824
	Grab	25	73,84000	11,242331	2,248466

Sumber: Data Primer Diolah , 2024

Tabel 13
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Kualitas Layanan
N		50
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	69,20000
	Std. Deviation	11,852839
Most Extreme Differences	Absolute	,120
	Positive	,091
	Negative	-,120
Test Statistic		,120
Asymp. Sig. (2-tailed)		,068 ^c

Sumber : Data Primer Diolah , 2024

Tabel 14
Group Statistics

	Jenis	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Kualitas Layanan	Go-Jek	25	64,56000	12,210242	2,442048
	Grab	25	73,84000	9,637946	1,927589

Sumber: Data Primer Diolah , 2024

Tabel 15
Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
Kualitas Layanan	Equal variances assumed	,566	,456	-2,983	48	,004	-9,280000	3,111141	-15,535369	-3,024631
	Equal variances not assumed			-2,983	45,543	,005	-9,280000	3,111141	-15,544097	-3,015903

Sumber : Data Primer Diolah , 2024

Tabel 16
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Pemanfaatan Teknologi
N		50
Normal Parameters ^{a,b}		Mean
		71,50000

	Std. Deviation	12,299411
Most Extreme Differences	Absolute	,124
	Positive	,105
	Negative	-,124
Test Statistic		,124
Asymp. Sig. (2-tailed)		,053 ^c

Sumber : Data Primer Diolah , 2024

Tabel 17
Group Statistics

	Jenis	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pemanfaatan Teknologi	Go-Jek	25	67,28000	12,558264	2,511653
	Grab	25	75,72000	10,679107	2,135821

Sumber : Data Primer Diolah , 2024

Tabel 18
Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
Pemanfaatan Teknologi	Equal variances assumed	,421	,520	-2,560	48	,014	-8,440000	3,296989	-15,069040	-1,810960
	Equal variances not assumed			-2,560	46,792	,014	-8,440000	3,296989	-15,073464	-1,806536