

## ANALISIS SCP (*STRUKTURE, CONDUCT, PERFORMANCE*) DI INDUSTRI TRANSPORTASI ONLINE DI INDONESIA

Isep Saepumilah<sup>1)</sup>, Yudi Rosyandi<sup>2)</sup>, Sri Hardianti Sartika<sup>3)</sup>, Iis Aisyah<sup>4)</sup>

Program Studi Pendidikan Ekonomi, Universitas Siliwangi, Indonesia

1) [202165028@student.unsil.ac.id](mailto:202165028@student.unsil.ac.id)

2) [202165032@student.unsil.ac.id](mailto:202165032@student.unsil.ac.id)

3) [sri.hardianti@unsil.ac.id](mailto:sri.hardianti@unsil.ac.id)

4) [iis.aisyah@unsil.ac.id](mailto:iis.aisyah@unsil.ac.id)

### ABSTRAK

*Di era perkembangan teknologi saat ini, pertumbuhan transportasi online meningkat tinggi dengan mendorong berbagai kreativitas inovasi baru yang pada akhirnya akan menggeser teknologi tahun sebelumnya. Di Indonesia sendiri terdapat banyak industri transportasi seperti Grab, Gojek, Maxim dan Uber. Dengan peningkatan pertumbuhan transportasi online perlunya analisis SCP (Strukture, Conduct, dan Performance) di Industri Transportasi Online Di Indonesia, guna menganalisis bagaimana kondisi perusahaan dan cara menghadapinya diperkembangan pasar yang tinggi ini. Dengan menggunakan penelitian deskriptif dan wawancara Dalam struktur pasar Industri transportasi online konsentrasi ratio pasar berada di posisi 98% menunjukkan keketatan yang tinggi masuk kedalam pasar oligopoly ketat, ada kendala yang ada pada industri transportasi seperti ini yaitu modal yang digunakan harus besar dan adanya diferensiasi produk yang membuat pengguna merasa semua kebutuhannya terpenuhi, seperti di Gojek sendiri sudah ada go food , go car, go clean dan lain-lain inovasi. Kemudian dalam perilaku, kebijakan harga menjadi salah satu hal yang penting. Semakin murah harganya, semakin banyak peminatnya. Banyaknya fitur-fitur tambahan yang menjadi daya tarik bagi konsumen untuk mempermudah segala aktivitasnya. Kinerja industry transportasi online menunjukkan kepada profitabilitas yang dihasilkan oleh perusahaan, dengan menerapkan segala tujuan structure dan perilaku maka akan menghasilkan keuntungan yang tinggi bagi perusahaan. Dari adanya persaingan antara perusahaan industri start up transportasi online memiliki pertumbuhan yang sangat berkembang dengan berbagai macam inovasi produk dan pemanfaatan kemajuan teknologi serta kebutuhan masyarakat yang dinilai efisien.*

*Kata Kunci : Analisis SCP, Ekonomi Industri, Transportasi Online*

### ABSTRACT

*In the current era of technological development, the growth of online transportation is increasing high by encouraging various new innovations that will eventually shift the technology of the previous year. In Indonesia, there are many transportation industries such as Grab, Gojek, Maxim and Uber. With the increasing growth of online transportation, it is necessary to analyze SCP (Strukture, Conduct, and Performance) in the Online Transportation Industry in Indonesia, in order to analyze how the company's condition is and how to deal with it in this high market development. Using descriptive research and interviews In the market structure Of the online transportation industry, the market ratio is in the position of 98% indicating a high tightness of entry into a strict oligopoly market, there are obstacles that exist in the transportation industry like this, namely the capital used must be large and there is a product differentiation that makes users feel that all their needs are met, as in Gojek itself*

*there is already go food, go car, go clean and other innovations. Then in behavior, price policy becomes one of the important things. The cheaper the price, the more enthusiasts there are. There are many additional features that are attractive for consumers to facilitate all their activities. The performance of the online transportation industry shows the profitability produced by the company, by implementing all the objectives of the structure and behavior, it will generate high profits for the company. From the competition between online transportation start-up industry companies, there is a growing growth with various kinds of product innovations and the use of technological advances and the needs of the community which is considered efficient.*

*Keywords: SCP Analysis, Industrial Economics, Online Transportation*

## I. PENDAHULUAN

Paradigma SCP ini awal dikemukakan oleh Mason pada tahun 1939, SCP atau Structure-Conduct-Performance adalah Sebuah analisis yang ada dalam ekonomi industri. Struktur mengacu pada struktur pasar yang biasanya didefinisikan dalam hal konsentrasi. pasar. Dimana CR (*consentrasi ratio*) Konsentrasi Pasar merupakan rasio yang digunakan untuk pengukuran Proses distribusi pangsa pasar industri. Perilaku adalah perilaku perusahaan dalam industri. Perilaku ini bersifat kompetitif atau kolusif, seperti dalam penetapan harga, periklanan, produksi, dan pemasaran. Sementara itu, kinerja merupakan ukuran efisiensi sosial, biasanya ditentukan oleh proporsi kekuatan pasar (semakin besar kekuatan pasar, semakin rendah efisiensi sosial). Ukuran lain dari kinerja adalah laba atau profitabilitas perusahaan. S-C-P (Structure-Behavior-Performance) adalah tiga kategori utama yang digunakan untuk melihat struktur pasar dan keadaan persaingan pasar Struktur pasar mempengaruhi perilaku perusahaan di pasar, yang bersama-sama menentukan kinerja seluruh sistem pasar. Analisis SCP sering digunakan untuk melihat struktur pasar dan kondisi persaingan. Lihatlah struktur pasar dalam hal jumlah pelanggan, pangsa pasar di antara operator, dan hambatan masuk. Perilaku industri dapat dilihat dari strategi perusahaan melalui strategi produk, strategi persaingan, strategi pemasaran, dan analisis biaya investasi masing-masing perusahaan. Pada saat yang sama, kinerja industri dinilai melalui rasio likuiditas, profitabilitas dan leverage.

Saat ini, industri transportasi berkembang pesat. Jumlah kendaraan meningkat setiap tahun, antara lain mobil penumpang, bus, van, dan sepeda motor. Di antara keempat moda transportasi tersebut, pertumbuhan sepeda

motor dari tahun ke tahun merupakan yang tertinggi. Data Badan Pusat Statistik menjelaskan bahwa pada tahun 2021 jumlah sepeda motor akan bertambah. ini menyentuh angka 470.065 di bulan Agustus. Dengan peningkatan penggunaan atau pembelian sepeda motor maka memunculkan sebuah kesempatan pekerjaan yang dimana kesempatan tersebut dibarengi oleh majunya teknologi informasi, lapangan pekerjaan tersebut adalah pekerjaan Bisa dilakukan dimana saja selagi ada koneksi jaringan internet yaitu pekerjaan ojek online atau trafik online.

**Tabel 1.** Data Pengguna Transportasi Online di Indonesia

No	Nama Perusahaan	Jumlah Pengguna	Ket.
1	Go-Jek	29,2 juta	
2	Grab	21,7 juta	
3	Uber	2 juta	
4	Maxim	500 ribu	

(sumber: selular.id)

Penggunaan transportasi online di Indonesia meningkat dengan signifikan dari tahun sebelumnya. Jumlah pengguna gojek berada pada posisi pertama dengan jumlah pengguna terbanyak, yaitu sebesar 29,2 juta pengguna, posisi kedua dengan 21,7 juta pengguna ditempati oleh grab, posisi ketiga dipegang oleh uber dengan jumlah 2 juta pengguna, dan posisi terakhir ditempati oleh maxim dengan 500 ribu pengguna. Dengan demikian persaingan transportasi online di Indonesia sangat ketat.

Ojek online ini berawal dari keberadaan PT Go-Jek di Indonesia, dengan pertamakali didirikan oleh seorang menteri yaitu Bapak Nadiem pada tahun 2011. Pak Nadiem mendirikan transportasi online Go-Jek dengan fungsi pelayanan antar jemput orang dengan

menggunakan ojek yang bersifat modern dan berbasis teknologi dengan cara pemesanan. Ojek yaitu alat transportasi berupa sepeda motor yang dijadikan sebagai alat transportasi membuat kita lebih efisien. Aplikasi gojek ini sangat memungkinkan sekali bagi penggunaannya untuk dapat memesan ojek dengan secara online saja. Gojek ini dikenal dengan ojek yang sangat modern dan profesional. Pengemudi dilengkapi dengan ponsel Android untuk memfasilitasi komunikasi antara pengemudi dan pengguna dan mendapatkan rute terbaik dengan mudah Penumpang angkutan. dengan berjalannya waktu, saat ini PT Gojek di Indonesia mengaami perkembangan dengan pesat sehingga saat ini juga banyak ditemukan perusaha-perusahaan ojek online seperti Grab yang menyusul Gojek, terus ada Maxim yang banyak ditemukan dan sering digunakan oleh masyarakat Jawa dan selanjutnya ada Uber untuk saat ini uber masih kurang dalam pemasarannya sehingga masyarakat indonesia lebih banyak menggunakan perusahaan ojek online lainnya dan juga pada dasarnya Uber ini banyak digunakannya itu diluar negeri selain indonesia tapi tidak menutup kemungkinan keberadaan Uber di Indonesia ini masih ada. beberapa perusahaan besar berlomba-lomba membentuk perusahaan yang baik untuk layanan transportasi berbasis aplikasi online mereka, seperti perusahaan lain menciptakan perusahaan yang hampir sama berawal dari Gojek, hingga Grab, Maxim dan Uber. transportasi yang berbasis online telah menjadi berbagai solusi dari sistem transportasi yang masih kurang baik, tetapi sisi lain, itu adalah masalah untuk mereka yang mengandalkan layanan transportasi dan bukan teknologi. Transportasi berbasis teknologi menawarkan banyak kemudahan, seperti biaya yang lebih rendah, kenyamanan, keamanan yang diutamakan, sehingga tidak menjadi heran semakin banyak orang terus beralih dari transportasi tradisional ke transformasi berbasis online.



(sumber: id.taximaxim.com)

### Gambar 1. Popularitas Maxim

Perusahaan ojek online seperti Gojek, Grab, Maxim dan Uber dikenal sebagai startup transportasi berbasis teknologi online yang mana bisa sangat berpengaruh untuk saat ini. Bisa dikatakan sebagai startup karena cara menjalankan usaha/bisnis ini intinya dengan menggunakan teknologi untuk bersama berinovasi dan bisa memecahkan masalah sosial. Membuatnya mengganggu di pasar/industri atau membuat yang baru. Persaingan di antara keempat perusahaan ini sangat ketat. Hal ini terlihat dari data dilapangan saat ini.

Dari banyaknya jumlah transportasi online di Indonesia dan penggunaannya mengharuskan perusahaannya untuk melakukan analisis SCP. Dengan persaingan yang ketat antar perusahaan ojek online maka akan memunculkan persaingan yang tidak sehat ataupun persaingan yang melalukan beberapa upaya yang diluar pemikiran dunia bisnis atau kecurangan untuk meningkatkan perusahaan-perusahaan ojek online nya masing-masing. Maka untuk menghindari hal tersebut kebutuhan yang ada untuk memahami struktur, perilaku dan kinerja perusahaan. Dengan tujuan untuk memahami struktur, perilaku dan kinerja pelaku usaha, untuk dapat memahami keadaan struktur pasar serta kinerja dari para pelaku supaya dapat mengetahui bagaimana kondisi dari struktur pasar serta persaingannya yang terjadi kemudian kinerja industry ini dalam kaitannya dengan analisis pendekatan SCP, dengan harapan untuk pengembangan perusahaan dan siap menghadapi persaingan pasar yang sangat ketat.

## II. METODOLOGI PENELITIAN

Untuk penelitian yang ini perlu digunakan metode bagi penelitian berupa deskriptif. Pada penelitian ini memakai sebuah jenis penelitian berupa deskriptif yang bisa tertuju supaya bisa menghasilkan gambaran apa mengenai perkembangan industri transportasi online yang ada khususnya di Indonesia, supaya mengenali bagaimana posisi SCP di dalam insutri transportasi online di Indonesia.

Akan tetapi teknik dalam mengumpulkan data yang bisa dilakukan oleh peneliti dalam proses pengumpulan informasi berupa data menggunakan dua cara berupa, pertama dengan malakukan proses wawancara kepada drive ojek online (OJOL), kepada para pengguna

ojek online (OJOL), dan kepada para driver ojek trasinional. Bagaimana peneliti mengambil sampel data ? kedua yaitu menggunakan metode studi literatur supaya mendapatkan fakta terkait dengan masalah yang sedang di anailsis dalam penelitian kali ini.

Data-data yang diperoleh peneliti yaitu jenis data primer serta sekunder. Jenis data primer peneliti peroleh langsung dari informan waktu peneliti sedang melakukan proses wawancara. Adapun jenis data sekunder peneliti mampu memperoleh berbagai macam sumber informasi dan website guna untuk mendukung datadengan jenis primer.

#### A. Metode Yang Umum

Metode umum yang peneliti gunakan berupa penelitian deskriptif dengan menganalisis Struktur, Conduct, dan Performance (SCP) pada Industri Transportasi Online di Indonesia.

### III. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 1. Struktur pasar

##### a. Consentration Rasio (CR)

Ratio consentration secara umum digunakan untuk mengetahui pangsa pasar dari output, turnover, total karyawan, ataupun dari keuntungan perusahaan. CR diartikan sebagai persentase dari keseluruhan output industry yang didapatkan oleh perusahaan terbesar. Biasanya jumlah perusahaan N yang dilakukan penghitungan proporsi pangsa pasarnya adalah 4, kemudian dikenal dengan CR4.

**Tabel 2.** Data Pangsa Pasar Industri Transportasi Online di Indonesia

No	Nama Perusahaan	Jumlah Pengguna	Pangsa Pasar
1	Go-Jek	29,2 juta	54%
2	Grab	21,7 juta	40%
3	Uber	2 juta	3%
4	Maxim	500 ribu	1%
5	Lainnya	1,5 juta	2%

(sumber: penghitungan rumus)

Penghitungan Consentration Rasio 4 adalah sebagai berikut :

$$CR_n = S_1 + S_2 + S_3 + S_4 + \dots$$

$$CR_4 = 55\% + 41\% + 3\% + 1\% = 98\%$$

Jumlah consentration rasio industry transportasi online di Indonesia adalah sebesar 98%, dengan demikian industry transportasi online masuk kedalam pasar konsentration tinggi yaitu pasar oligopoly ketat mengarah ke pasar monopoli.

#### b. Hambatan Pasar

Hambatan untuk masuk pada industry ini tergolong cukup sulit dikarenakan membutuhkan modal yang cukup besar. Mereka yang ingin memasuki industry ini harus memiliki mentalitas dan modal yang banyak. Keahlian dalam merekrut tenaga kerja ahli serta menarik investor agar menginvestasikan dananya sangatlah dibutuhkan. Kemampuan mengelola sebuah perusahaan dengan baik salah satu poin penting yang perlu di prioritaskan perusahaan transportasi online. Selain itu, teknologi yang digunakan membutuhkan keahlian khusus dalam mengoperasikannya, yaitu berupa pengkondisian akun aplikasi di satu negara atau bahkan ke negara lain.

Sehingga hal-hal di atas dapat menyebabkan entry baru cukup sulit untuk masuk ke pasar. Walaupun saat ini banyak aplikasi transportasi lain yang sedang booming lebih khusus kepada bangsa Indonesia, tetapi pada waktu sekarang tidak adanya kemampuan dalam persaingan dengan beberapa pangsa pasar terbesar pada industry kendaraan online. Seperti halnya Grab, Uber, Gojek, dan Maxim.

#### c. Diferensiasi produk

Industry transportasi online dalam perkembangannya terdapat banyak diferensiasi produk yang saling bersaing serta berinovasi untuk dapat merebut pangsa pasar.

**Tabel 3.** Data Diferensiasi Produk Transportasi Online Di Indonesia

No	Transportasi Online			
	Gojek	Grab	Uber	Maxim
1.	Go Ride	Grab Car	Uber Motor	Bike
2.	Go Car	Grab Bibike	Uber Ballon	Delivery
3.	Go Blue Bird	Grab Taxi	Uber Boat	Food and Shop
4.	Go Food	Grab Food	Uber Lux	Cleaning
5.	Go Send	Grab Express	Uber Chopper	Massege dan SPA
6.	Go Mart	Grab Hitch	Uber Yacht	Laundry
7.	Go Clean			Car
8.	Go Massage			Car L
9.	Go Tix			Rent Car
10.	Go Glam			Kargo
11.	Go Busway			Penderakan
12.	Go Box			Jumper
13.	Go Med			
14.	Go Auto			
15.	Go Pulsa			

(sumber: penghitungan diferensiasi)

Pada transportasi Grab dalam beberapa waktu sekarang sedang meluncurkan layanan berupa Grab Gerak, yaitu sebuah solusi unik pertama ada yang diberikan guna meringankan para penyandang disabilitas supaya dapat bergerak dan mendapatkan akses yang

baik dalam menjalankan segala kegiatannya sehari-hari.

Uber ternyata tidak hanya menawarkan jasa transportasi roda 4 dan roda 2 saja, namun di beberapa negara menyediakan layanan transportasi menggunakan helikopter dan kapal pesiar. Untuk kendaraan roda 4 Uber, selain menyediakan mobil kelas atas, perusahaan ini juga memiliki layanan mobil premium yaitu Rolls Royces, Bentleys, Maybachs, hingga BMW yang tersedia di Los Angeles, Roma dan London.

Melihat dari uraian di atas struktur pasar industri jasa transportasi online dikategorikan sebagai pasar Oligopoli Ketat. Dimana hanya ada beberapa perusahaan saja yang menguasai pangsa pasar terbesar dan adanya price leader atau pemimpin harga.

## 2. Perilaku (Conduct)

Perilaku (Conduct) ini berpatokan kepada conduct sebuah perusahaan didalam merespon posisi ketika persaingan industry. Conduct perusahaan ketika melakukan analisis SCP dapat dipengaruhi menggunakan karakter struktur pasar. Berikut ini beberapa macam perilaku perusahaan dalam industri teknologi informasi transportasi online.

### a. Kebijakan Harga

Pada kebijakan harga (ongkos) transportasi online dilakukan oleh tiap perusahaan dengan perbedaan harga yang tidak terlalu signifikan artinya antara satu perusahaan ke perusahaan lainnya bersaing dalam segi harga, perbedaan tersebut dapat dilihat dari salah satu produk yang sama dalam setiap perusahaan. Contoh dalam produk layanan jasa transportasi roda dua (ojek).

**Tabel 4.** Data Perbandingan Tarif Layanan Ojek Online

No	Nama Perusahaan	Jarak (Km)	Harga (Rp)
1.	Gojek	1-2	11.000
2.	Grab	1-2	11.000
3.	Uber	1-2	8.000
4.	Maxim	1-2	9.000

(sumber: megapolitan)

Dari tarif harga di atas terlihat perbandingan harga tidak jauh berbeda. Persaingan harga sangat menentukan, namun terdapat price leader atau yang memimpin harga dalam industri transportasi online. Serta tidak adanya negosiasi harga karena tarif cenderung tidak bisa di tawar.

b. Desain Produk

Merk (Breeding), periklanan dan pemasaran desain produk merupakan aktivitas untuk memperkenalkan sebuah produk perusahaan dan eksistensi perusahaan. Beragam desain dalam aplikasi pada smartphone baik aplikasi gojek, grab, maxime dan uber yang dinilai menarik serta mudah digunakan atau di aplikasikan oleh konsumen. Selain itu yang digunakan oleh para mitra driver masing masing perusahaan yang menjadi sebuah sorotan untuk memperkenalkan produk serta mempertahankan eksistensi perusahaan dalam persaingan industri.

Iklan yang sering ditayangkan di beberapa media massa dari mulai televisi, radio, bahkan sosial media sebagai bentuk promosi misalnya di youtube, salah satu aplikasi media yang sedang banyak diminati masyarakat.

Dari cuplikan awal, akhir bahkan di tengah tengah konten sering menemukan iklan transportasi online, seperti Gojek, Grab, Maxime dan Uber meskipun pada kenyataannya Uber belum banyak dikenal oleh masyarakat.

c. Inovasi dan Pengembangan

Pengembangan merupakan salah satu persaingan non harga yang dilakukan perusahaan. Menganalisis

peningkatan persaingan transportasi online serta merk sangat berkembang dengan pesat, pada merk baru berjuang dengan sekuat tenaga untuk dapat bersaing dengan perusahaan lainnya. Suatu usaha yang memiliki peluang cukup baik adalah dengan menguasai pasar secara rinci atau market niche yang belum pernah terfikirkan serta tidak menjadi fokus utama para pesaing besar. Para pesaing yang baru untuk mengembangkan perusahaannya dapat melakukannya dengan fokus di wilayahnya masing-masing supaya dapat menjangkau pasar dengan konsisten, dibandingkan dengan terjun ke kota akan sangat sulit mengingat banyak competitor raksasa yang akan di hadapi dikemudian hari. Berakibat pada pengemudi yang berada di wilayah lokal belum mendapatkan bantuan uang yang tinggi. Pasar secara rinci sudah dikuasai oleh para perusahaan besar berupa Grab yang menghadapi pesaingnya gojek serta perusahaan maxsime banyak melakukan inovasi produk berupa Gosend, Gomed, Gotix, Gobok dan lainnya untuk dapat menjadi perusahaan besar yang dapat bersaing dengan perusahaan lainnya.

Munculnya beberapa inovasi yang diberikan perusahaan merupakan jawaban atas permasalahan yang dihadapi masyarakat untuk dapat lebih efektif dan efisien dalam penggunaan transportasi online. Kreativitas dalam pemanfaatan teknologi menjadi hal yang wajib dimiliki oleh industry transportasi online pada era disruptif sekarang, tidak menutup kemungkinan dengan memanfaatkan teknologi secara efektif dan efisien akan menjadikan nilai tambah, menguntungkan dan memberikan pelayanan terbaik kepada para konsumen. Inovasi yang dilakukan oleh perusahaan transportasi online di antaranya kemajuan teknologi digital yang sangat pesat saat ini. Yaitu berupa finansial teknologi atau biasa di kenal

(fintek). Memulai Go-jek yang menyediakan fitur pembayaran melalui Gopay dengan berbagai keuntungan yang didapatkan konsumen dibandingkan dengan harus membayar secara tunai misalnya dengan adanya potongan harga. Selain itu Go-Pay juga tidak hanya menyediakan untuk keperluan transportasi saja melainkan untuk pembayaran tagihan, pembelian pulsa, pembelian barang dan lain sebagainya sehingga jika seseorang ingin mendapatkan keuntungan dari penggunaan Gopay harus mengunduh Go-jek terlebih dahulu. hanya perusahaan gojek saja tetapi perusahaan transportasi online yang lainnya juga memanfaatkan finansial teknologi untuk pembayarannya dengan produk yang berbeda misalnya ovo dan lain sebagainya.

### 3. Kinerja Pasar (Performance)

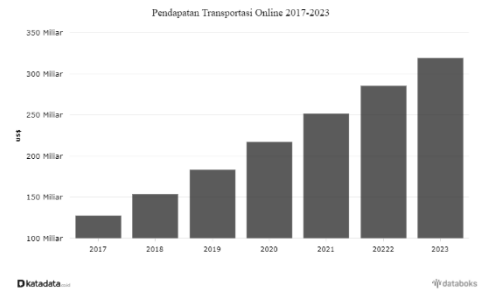
Performance yaitu sebuah hasil yang diperoleh oleh perusahaan baik itu prestasi yang didapatkan perusahaan pada market yang ada dengan melakukan strategi-strategi yang sudah direncanakan dengan baik. Pada analisis SCP kinerja menggambarkan bagaimana dampak para perusahaan besar yang memiliki persaingan tinggi untuk meningkatkan keuntungan pada perusahaan yang dijalankannya. Tingkat keuntungan sebuah perusahaan dapat diukur pada hasil kinerja perusahaan itu sendiri. Price Cost Margin (PCM) merupakan cerminan tingkat keuntungan pada sebuah perusahaan.

#### a. Profitabilitas

Dilihat dari sudut pandang keuntungan atau laba disini terdapat perbedaan dalam cara penilaian keuntungan antara industri start up dan industri konvensional. Dalam bisnis start up ini biasanya akan sulit apabila dinilai dengan head on pada bisnis industri konvensional, focus-fokus utama ini dapat terlihat dalam model bisnis yang dijalankannya. Sebagai contoh industri

start up pada bisnis ini perusahaan akan menentukan pasar atau total pengguna pada aplikasi, dengan demikian akan menjadi nilai bagi sebuah perusahaan untuk dapat meningkatkan kinerjanya atau mampu untuk maju dengan investasi yang bisa diperdagangkan guna mendapat keuntungan yang lebih banyak lagi.

Beda halnya dengan bisnis yang konvensional masih mementingkan atau focus kepada omzet hasil kurang dari HPP maka akan mendapatkan hasil atau keuntungan bersih yang akan didapatkan oleh perusahaan.



(sumber: statista, 2019)

**Gambar 2.** Potensi Pendapatan Transportasi Online di Indonesia

Dari data diatas profitabilitas pada industry transportasi online mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. dengan menerapkan analisis SCP maka perusahaan akan mampu menganalisis kinerja dari segi profitabilitasnya dengan matang.

#### b. Pertumbuhan

Dari adanya persaingan antara perusahaan-perusahaan ojek online atau perusahaan transportasi online memiliki pertumbuhan yang sangat berkembang dibuktikan dengan banyaknya investor-investor yang sudah banyak menanamkan modal dibergai perusahaan transportasi online sehingga menyebabkan adanya pemasukan yang tidak sedikit. Selain pertumbuhan dari investor ini ada juga pertumbuhan terhadap terbukannya lapangan pekerjaan bagi mitra driver ojek online dengan ini akan berpengaruh kepada tingkat pengangguran di Indonesia. Nah

dengan adanya ojek online atau transportasi online ini memudahkan dalam segala aspek bisa dari driver dan kosumen ojek online tersendiri.

**Tabel 5.** Top Brand Indek (TBI) Jasa Transportasi Online Di Indonesia Tahun 2021

No	Nama Perusahaan	Top (Persentase)	Ket.
1	Go-Jek	43%	
2	Grab	41%	
3	Maxim	30%	
4	Uber	15%	

(sumber: Top Brand Award)

Berdasarkan tabel Top Brand Indek diformulasikan berdasarkan 4 variabel, yaitu mindshare menunjuka presentase penjualan atau penggunaan jasa perusahaan dan commitment share yang menjelaskan kekuatan merek perusahaan ojek online di indonesia. Nah selain dalam jumlah aplikasi/user keutungan juga daoat dilihat dari masing-masing perusahaan yang sampai saat ini memiliki keuntungan yang diatas triliun rupiah.

#### c. Efisiensi

Dengan segala upaya dan perilaku yang telah dilakukan oleh perusahaan-perusahaan ojek online, berbagai macam inovasi produk dan pemanfaatan kemajuan teknologi serta kebutuhan apa yang sedang masyarakat butuhkan dinilai efisien, nah selain itu juga terdapat kenyamanan yang didapat oleh konsumen juga sebanding dengan keuntungan yang didapatkan nya. Nah adapun perlindungan-perindungan yang telah banyak dilakukan oleh perusahaan-perusahaan transportasi online ini, seperti yang telah dilakukan oleh Gojek. Perusahaan Gojek ini sudah menyediakan fitur asuransi gratis untuk konsumen apabila terdapat hal-hal yang tidak bisa diprediksi atau tidak diinginkan selama perjalanan.

## IV. KESIMPULAN

Structure – conduct – performance atau yang lebih dikenal dengan SCP ini ialah sebuah analisis yang ada dalam ekonomi industri. Analisis ini bisa dilakukan di industri manapun

Contohnya dalam industri teknologi transportasi.

Di Indonesia sendiri, industri transportasi yang sudah banyak ditemukan seperti Grab, Gojek, Maxim dan Uber. Keempat perusahaan transportasi ini mempunyai ciri khas yang berbeda dan mempunyai keunggulannya masing-masing.

Dalam struktur pasar konsentrasi rasio industry transportasi online di Indonesia menunjukan pasar oligopoly ketat dengan keketatan 98% menunjukan pasar dengan keketatan tinggi. Dalam industry transportasi online juga adanya hambatan yang hadir pada industri transportasi seperti ini yaitu modal yang digunakan harus besar dan adanya diferensiasi produk yang membuat pengguna merasa terpenuhi segala kebutuhannya, seperti di Gojek sendiri sudah ada go food, go car, go clean dan yang lainnya. Dan inovasi ini membuat pengguna menjadi tertarik untuk menggunakan aplikasi tersebut. Lalu pada perilaku, kebijakan harga menjadi salah satu hal yang penting. Apabila biaya yang dikeluarkan semakin murah akan berdampak pula kepada peminatnya yang banyak.

Dalam industri transportasi ini sudah tidak sulit untuk menemukan Iklan untuk membrandingkan aplikasi tersebut dan dengan banya Inovasi akan membuat tertarik. Sedangkan jika dilihat dari kinerja pasar, keuntungan yang dimiliki selain dari penggunaan dalam aplikasi akan tetapi adanya keuntungan dari isi aplikasi tersebut. Dan hal ini membuat pertumbuhan industri ini mengalami perkembangan serta membuat banyak pesaing dan membuat banyak inovasi dari industri teknologi transportasi.

## UCAPAN TERIMAKASIH

Kami ucapkan terima kasih banyak kepada :

Ibu Sri Hardianti Sartika, M.Pd., Dosen Mata Kuliah Ekonomi Kreatif;

Jurnal Ilmiah Teknik dan Manajemen Industri (JITMI) UNPAM;

Kedua orang tua dan keluarga;

Teman-teman mahasiswa Universitas Siliwangi.



#### DAFTAR PUSTAKA

- A, A., Popon, R., & Popon, R. (2018). Analisis Industri Perkembangan Transportasi Online Di Era Inovasi Disruptif (Studi Kasus PT, Gojek Indonesia). *Cakrawala*, 149-156.
- Aziah, A., & Rabia Adawia, P. (2018). Analisis Perkembangan Industri Transportasi Online di Era Inovasi. *Humaniora Bina Sarana Informatika*, 18(2), 149-156.
- Azizah, A., & Rabia Adawia, P. (2017). Analisis Structure Conduct Performance Pada. *Informatika*, XV(1), 17-20.
- Faris, W. (2018). Dinamika Kebijakan Transportasi Online. *Of Urban Sociologi*, 1(2), 55-68.
- Firdaus Abadi, M., & I, B. (2019). ANALISIS STRUKTUR, PERILAKU, DAN KINERJA TRANSPORTASI UDARA KOMERSIAL MELALUI PENDEKATAN SCP (STRUCTURE-CONDUCT-PERFORMANCE). *Teknologi*, 90.
- Haqiqi, H., & Wijayanti, H. (2019). *Revolusi Industri 4.0 Di Tengah Society 5.0 : Sebuah Terobosan Teknologi, Integrasi Ruang, dan Transformasi Kehidupan Di Era Disruptif*. Yogyakarta: Quadrant.
- Mojang, K., & Arifin. (2019). Dampak Keberadaan Transportasi Online Terhadap Kondisi Sosial Ekonomi Transportasi Konvensional Di Kota Kediri. *JIMEK (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, 2(2), 168-181.
- Muhkamaat Abdillah, A. (2019). Penerapan Metode Haversine Pada Aplikasi Layanan Perbaikan Kendaraan Berbasis Location Based Servis. *JUITA : Jurnal Informatika*, 7(2), 81-91.
- Yuniastusi, E. (2020). *Pola Kerja Kemitraan Di Era Digital*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Adiningsing, Sri. (2019). *Transformasi Ekonomi Berbasis Digital di Indonesia: Lahirnya Tren Baru Teknologi, Bisnis, Ekonomi, dan Kebijakan di Indonesia*. Jakarta. Gramedia Pustaka Utama.
- Karnadi, Alif. (2022). Persaingan Ketat Pangsa Pasar Ojek Online Di Indonesia. *Data Indonesia*.
- Fuad, D.W. (2018). Analisis SCP di Industri Transportasi Antar Kota Sulawesi Selatan. *Jurnal Teknik*, 18(4), 167-189.
- Lee, Casey. (2007). SCP, NEIO, and Beyond. *Working Paper Series 5(2)*. 150-16.5
- Hadya Jayani, Dwi. (2019). Potensi Pendapatan Transportasi Online Dari Masa Ke Masa. *Databoks*.
- Rubrikalar. (2020). Popularitas Maxim Semakin Naik Sepanjang Tahun. *Id Taximaxim*.