



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 4 Nomor 1 Tahun 2024 Page 2555-2564

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Penguatan Penelitian Transportasi Online: Studi Bibliometrik

Rani Imelda^{1✉}, Ja'far amir², Slamet Ahmadi³

Pasca Magister management Universitas IPWIJA

Email: imelda102824@gmail.com^{1✉}

Abstrak

Fenomena maraknya penggunaan transportasi online di Jakarta sejak tahun 2014, dan menjamurnya penyedia jasa transportasi online, menyebabkan dinamika persaingan. Pelanggan juga mengalami dinamika dalam mempertimbangkan pembelian jasa transportasi online. Hal ini mendorong pesatnya pertumbuhan publikasi artikel yang bertemakan transportasi online. Dengan menggunakan metode bibliometrik terhadap metadata dari sumber terindeks scopus, maka berhasil dilakukan pemetaan dan pengelompokan meta data. Dengan bantuan aplikasi biblioshiny maka terungkap variabel yang berpengaruh *sentiment analysis, customer satisfaction, political, customer loyalty, sharing economy, brand trust, loyalty, value co-creation, brand effect, service quality, influence maximization, Social Network, online transportation services*. Sumber referensi yang relevan dan direkomendasikan untuk dikutip adalah *journal of physics: Conference Series*, Fernando E sebagai penulis (Author) paling relevan. Bina Nusantara University sebagai Lembaga afiliasi paling relevan. Direkomendasikan agar peneliti mempergunakan informasi tersebut untuk melakukan penelitian lanjutan. Diharapkan akan mendapatkan hasil penelitian yang optimal dan menyumbangkan kontribusi yang bermanfaat untuk para praktisi maupun akademisi. Penulis juga akan melakukan penelitian lanjutan dengan topik Pengaruh *user interface, variasi produk dan brand awareness* terhadap minat beli, dengan *online customer review* sebagai pemoderasi pengguna aplikasi gojek/grab di Cibubur dan sekitarnya.

Kata Kunci : *Gojek, online customer review, user interface, variasi produk*

Abstract

The phenomenon of the widespread use of online transportation in Jakarta since 2014, and the mushrooming of online transportation service providers, has caused dynamic competition. Customers grow rapidly in term of considering the purchase of online transportation services. This has encouraged the rapid growth of online transportation-themed article publications. By using bibliometric methods among metadata from scopus indexed sources, mapping and grouping meta data was successfully carried out. With the help of the biblioshiny application, it reveals a variety of influence factor i.e ; sentiment analysis, customer satisfaction, political, customer loyalty, sharing economy, brand trust, loyalty, value co-creation, brand effect, service quality, influence maximization, Social Network, online transportation services. The relevant and recommended reference source to cite is the journal of physics: Conference Series and Fernando E as the most relevant author and Bina Nusantara University as the most relevant affiliate institution. It is recommended that researchers use this information to conduct further research. It is expected to get optimal research results and contribute useful leveraging to practitioners and academics. The author will also conduct further research on the topic of user interface influence, product variations and brand awareness on buying interest, with online customer reviews as moderation for gojek/grab application users at Cibubur.

Keyword: *Gojek, online customer review, user interface, variasi produk*

PENDAHULUAN

Digitalisasi dan teknologi telah mengalami perkembangan yang sangat pesat (Dahlian Persadha et al., n.d.). Dampaknya memunculkan berbagai inovasi diberbagai industry yang berbasis teknologi digital. Pada sektor keuangan telah tercipta Financial technology (Fintech), yang menawarkan layanan kemudahan dalam pembayaran, alat pinjaman, bahkan alat penyimpanan uang. Semuanya dalam rangkaian membantu meningkatkan kualitas hidup dan perencanaan keuangan. Menjamurnya fintech di Indonesia merupakan salah satu bukti indicator beralihnya system keuangan masyarakat dari tradisional menjadi modern. Aplikasi teknologi fintech, semakin diminati oleh generasi Z dan milenial, terutama karena keunggulan dalam aksesibilitas, kecepatan dan nilai layanan (Purba et al., 2021)

Salah satu pelaku industry transportasi di Indonesia adalah Go-Jek, yang berdiri sejak tahun 2009, kemudian meluncurkan aplikasi berbasis android dan ios pada tanggal 7 Januari 2015. GO-JEK menghadirkan Solusi dalam pengiriman barang, pemesanan makanan, dan perjalanan manusia (Siswadi et al., 2023). Kata pelanggan lebih efisien menggunakan GO-JEK dan ramah kantong. Technology (Fintech) muncul seiring perubahan gaya hidup masyarakat yang saat ini didominasi oleh pengguna teknologi informasi tuntutan hidup yang serba cepat. Penggunaan fintech dapat memaksimalkan pelayanan perbankan kepada konsumen. Perkembangan Fintech diawali dengan hadirnya era industri 4.0, dimana

kehadirannya mendisrupsi segala lini baik dalam bidang industri, teknologi, perbankan, hingga dunia pendidikan. Sebut saja Gojek, Grab, Kredivo, Traveloka, hingga OVO. Beberapa startup digital tersebut menawarkan beberapa kelebihannya untuk memudahkan masyarakat dalam hal transportasi, memesan makanan, melakukan pinjaman uang, hingga kemudahan dalam

Saat ini, lingkungan bisnis berubah sehingga kecepatan dan keragaman perubahan ini memiliki dampak besar pada kegiatan perusahaan. Perubahan ekonomi, keragaman kebutuhan dan kemajuan dalam Teknologi telah menyebabkan keberhasilan organisasi tergantung pada manajemen yang efisien dan efektif dari semua aspek kegiatan mereka (Zardeini Hosein et al., 2014). Dinamika persaingan antar pelaku bisnis transportasi online mendorong penulis (Aditi & Ekonomi dan Bisnis Harapan, n.d.). Pelaku bisnis akan selalu membuat strategi yang tepat untuk memenangkan persaingan (Dana & Fong, 2011). Sangat penting untuk mengetahui variabel yang berpengaruh besar didalam dinamika persaingan tersebut.

Pada penelitian terdahulu telah diusulkan model hubungan variabel kepuasan loyalitas, pemasaran digital, dari mulut ke mulut, nilai yang dirasakan pada perusahaan transportasi online (Siswadi et al., 2023). Citra perusahaan, dari mulut ke mulut (*word of mouth*), kualitas produk dan kualitas layanan dapat mempengaruhi Keputusan penggunaan transportasi online (Aditi & Ekonomi dan Bisnis Harapan, n.d.) Penelitian yang lain dari Purwanto et al., (2023) menyatakan bahwa dari mulut ke mulut (*word of mouth*) memiliki peran positif dan signifikan dalam keputusan penggunaan transportasi online. Pada penelitian yang lain dinyatakan bahwa keterkaitan pelanggan (*customer engagement*) berpengaruh kepada keputusan pembelian (Rodrigues de Matos et al., 2023).

Dari sekian penelitian belum ditemukan adanya pemetaan menyeluruh terhadap variabel yang mempengaruhi loyalitas pelanggan pada penggunaan transportasi online di Jakarta. Metode bibliometrik yang memanfaatkan meta data penelitian terdahulu, dapat memberikan gambaran tentang hal ini (Delesposte et al., 2021) Metode bibliometrik mendasarkan kepada ilmu perpustakaan dan informasi metadata karya ilmiah (Martínez-López et al., 2018). Meta data dari judul, penulis rekan penulis, abstrak dan analisis kata bersama digunakan untuk memetakan lanskap penelitian (Zupic & Čater, 2015)(Zupic & Čater, 2015). Analisis bibliometrik dapat memetakan dan melukiskan logika ilmiah secara kumulatif dan bagaimana perkembangan variabel dalam berevolusi. Selain itu, dengan memanfaatkan informasi bibliometrik peneliti bisa menemukan ide-ide penelitian baru, mengidentifikasi kesenjangan, dan memberikan kontribusi langsung ke dalam praktek penelitian (Donthu et al., 2021) . Di antara teknik-teknik ini, teknik co-citation dan

bibliographic coupling digunakan untuk memahami struktur. Penelitian ini akan menggali factor apa saja yang mempengaruhi penggunaan transportasi online, sumber referensi yang relevan. Dengan harapan menjadi petunjuk awal bagi peneliti bidang transportasi online, sehingga hasil penelitian bisa menghasilkan kontribusi yang optimal bagi praktisi dan akademisi.

METODE PENELITIAN

Metode bibliometrik mendasarkan kepada ilmu perpustakaan dan informasi metadata karya ilmiah (Martínez-López et al., 2018). Meta data dari judul, penulis rekan penulis, abstrak dan analisis kata bersama digunakan untuk memetakan lanskap penelitian (Zupic & Čater, 2015)(Zupic & Čater, 2015). Analisis bibliometrik dapat memetakan dan melukiskan logika ilmiah secara kumulatif dan bagaimana perkembangan variabel dalam berevolusi. Selain itu, dengan memanfaatkan informasi bibliometrik peneliti bisa menemukan ide-ide penelitian baru, mengidentifikasi kesenjangan, dan memberikan kontribusi langsung ke dalam praktek penelitian (Donthu et al., 2021) . Peneliti sering menggabungkan analisis bibliometrik, pemetaan, dan teknik pengelompokan. Pengelompokan dan pemetaan didasarkan pada ide dan asumsi yang berbeda beda. Pemetaan, pengelompokan publikasi yang paling sering dikutip yang muncul dalam periode tertentu, juga memberi gambaran evolusi parameter/variabel tertentu (Effendi et al., 2021)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Langkah pertama adalah memasukkan kata kunci (*Key Word*) "*Online Transportation OR "Gojek" OR "Transportation Online"*" di laman Scopus.com, menu *Search*. Didapatkan 258 dokumen terpublikasi, kemudian diimport meta data dalam bentuk csv. Meta data yang diambil adalah semua *citation Information, Bibliographical information, Abstrac & keywords, funding details* dan *other information*. Meta data dalam format csv kemudian diolah dengan aplikasi biblioshiny 3.4.1, maka didapatkan data seperti pada table 1.

Main Data information

No	Description	Result
1	Timespan	1995:2023
2	Source (journal, Book, etc)	160
3	Documents	256
4	Annual Growth Rate %	0
5	Document Average age	3.45
6	Average Citation per doc	3.341

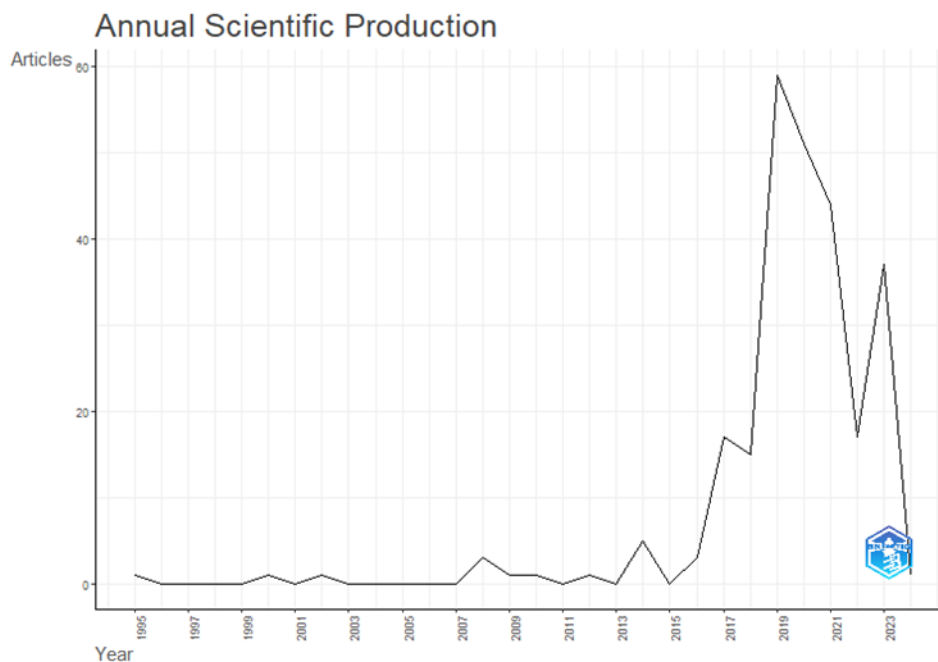
7	References	6316
8	Keyword plus (ID)	1211
9	Author's Keywords (DE)	618
10	Authors	796
11	Authors of Single-authored docs	20
12	Single-authored docs	28
13	Co-Authors doc	3.48
14	International co-authorship %	8.14
15	Article	102
16	Book Chapter	5
17	Conference paper	141
18	Conference review	8
19	Note	2

Status data harus diperhatikan untuk menjalankan menu biblioshiny, Dimana yang meta data yang dipergunakan hanya yang berstatus *Excelence, Good, Acceptable dan Poor*; jangan mengulangi hasilnya. Dapat dilihat pada tabel 2, bahwa semua meta data dapat dipergunakan untuk sarat pengelompokan, pemetaan pada aplikasi biblioshiny. Namun dalam hal ini penulis tidak akan menggunakan *key words Plus* dan *Coresponding author*, mengingat angka % missing mendekati 50, meskipun masih berstatus *Poor*.

Terkait dengan sumber referensi yang paling relevan dan direkomendasikan untuk dikutip adalah *journal of physics: Conference Series*, Fernando E sebagai Author dan Bina Nusantara University sebagai Lembaga affiliasinya. Perkembangan publikasi artikel transportasi online berkembang dengan pesat sejak 2017 dengan 17 artikel, dimana sebelumnya hanya 3 artikel pada tahun 2016 (gambar 1). Hal ini erat kaitannya dengan kemunculan Perusahaan bisnis online lain seperti Grab di bulan Juni 2014, Okejek di tahun 2015, dan Maxim di 2018. Pada tahun 2022 secara drastic turun ke angka 17 artikel dan di tahun 2023 sebanyak 37 artikel terkait transportasi online. Terbukti masih dimungkinkannya penelitian terkait transportasi online di tahun 2023.

Table 2. Completeness of Bibliographic metadata

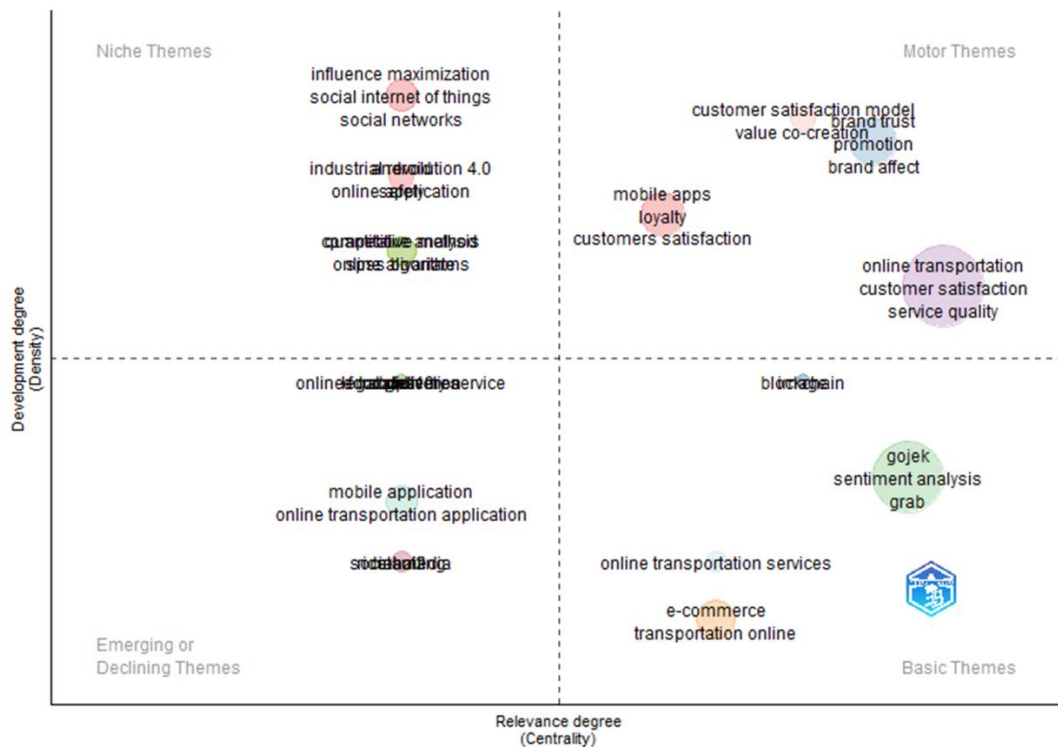
Matadata	Description	Missing Counts	Missing %	Satus
AB	Abstrac	0	0	Excelent
DT	Document Type	0	0	Excelent
SO	Journal	0	0	Excelent
LA	Language	0	0	Excelent
PY	Production Year	0	0	Excelent
TI	Title	0	0	Excelent
TC	Total Citation	0	0	Excelent
AU	Author	9	3.49	Good
C1	Affiliation	10	3.88	Good
CR	Cited References	12	4.65	Good
D1	DOI	37	14.34	Acceptabl e
DE	Keywords	70	27.13	Poor
ID	Keywords Plus	118	45.74	Poor
RP	Corresponding Author	123	47.67	Poor



Gambar 1 ; Annual Scintific Production

Laporan konseptual tentang *thematic map* (gambar 2) dengan menggunakan kata kunci penulis (*Author Key word*), didapatkan kata yang terbanyak yaitu Gojek (13 pcs), *Sentimen*

dapat dilihat pada gambar 4. Pada kuadran Motor Theme, adalah kata kunci yang dipakai oleh penelitian yang berkembang sangat pesat dan menjadi pusat pembahasan. Di kuadran ini terdapat customer satisfaction, brand trust, loyalty, value co-creation, brand effect, service quality. Dalam hal ini penulis akan menggunakan brand awareness sebagai salah satu variabel penelitian lanjutan.



Gambar 4 ; Trend topics kuadran

Pada kuadran Niche Theme Dimana kata kunci ini juga dijadikan kata kunci penelitian dengan perkembangan sangat pesat, walaupun tidak dihubungkan dengan kata kunci yang lain. Di kuadran ini terdapat influence maximization, Social Network. Dalam hal ini penulis akan menggunakan *online customer review* sebagai variabel pemoderasi. Sementara itu di kuadran *Basic theme*, Dimana kata kunci di kuadran ini merupakan kata kunci yang menjadi dasar dari penelitian. Di kuadran ini terdapat kata *sentiment analysis*, *Gojek*, *grab*, *online transportation services*. Maka penulis akan melakukan penelitian lebih lanjut terhadap pengguna gojek & grab, serta meneliti variabel variasi produk dan user interface. Penelitian lanjutan dengan topik Pengaruh user interface, variasi produk dan brand awareness terhadap minat beli, dengan online customer review sebagai pemoderasi pengguna aplikasi gojek/grab.

SIMPULAN

Factor yang mempengaruhi penggunaan transportasi online, dalam hal ini gojek dan grab adalah *sentiment analysis, customer satisfaction, political, customer loyalty, sharing economy, brand trust, loyalty, value co-creation, brand effect, service quality, influence maximization, Social Network, online transportation services*. Sumber referensi yang relevan dan direkomendasikan untuk dikutip adalah *journal of physics: Conference Series*, Fernando E sebagai penulis (*Author*) paling relevan. Bina Nusantara University sebagai Lembaga afiliasi paling relevan. Implikasi dari penelitian ini, maka penulis akan melakukan penelitian lebih lanjut dengan topik Pengaruh user interface, variasi produk dan brand awareness terhadap minat beli, dengan online customer review sebagai pemoderasi pengguna aplikasi gojek/grab.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditi, B., & Ekonomi dan Bisnis Harapan, F. (n.d.). The Role of E-Services, Quality System and Perceived Value on Customer Satisfaction: An Empirical Study on Indonesian SMEs. *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, 2(3). <https://doi.org/10.7777/jiemar.v2i3>
- Dahlian Persadha, P., Susanti, M., Judijanto, L., Adinata, P. V., Nugraha, G. A., Dinanti, A., Farisi, H., & Rokhimah, Z. P. (n.d.). *Adoption of Mobile Payment on QRIS Services in Indonesian*. 8, 193–209. www.migrationletters.com
- Dana, J. D., & Fong, Y. F. (2011). Product quality, reputation, and market structure. *International Economic Review*, 52(4), 1059–1076. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2354.2011.00659.x>
- Donthu, N., Kumar, S., Mukherjee, D., Pandey, N., & Lim, W. M. (2021). How to conduct a bibliometric analysis: An overview and guidelines. *Journal of Business Research*, 133, 285–296. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.04.070>
- Effendi, M., Tawakkal, M. I., & Sahri, S. (2021). Produktivitas Dosen Perguruan Tinggi Islam Ditengah Pandemic Covid–19 Bidang Penelitian Dan Publikasi Ilmiah. *Paramurobi: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 4(1), 145–150.
- Martínez-López, F. J., Merigó, J. M., Valenzuela-Fernández, L., & Nicolás, C. (2018). Fifty years of the *European Journal of Marketing*: a bibliometric analysis. *European Journal of Marketing*, 52(1/2), 439–468. <https://doi.org/10.1108/EJM-11-2017-0853>
- Purba, J. T., Samuel, S., & Budiono, S. (2021). Collaboration of digital payment usage decision in COVID-19 pandemic situation: Evidence from Indonesia. *International Journal of Data and Network Science*, 5(4), 557–568. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2021.8.012>

- Purwanto, A., Purba, J. T., Bernarto, I., & Sijabat, R. (2023). Investigating the role digital transformation and human resource management on the performance of the universitie. *International Journal of Data and Network Science*, 7(4), 2013–2028. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2023.6.011>
- Rodrigues de Matos, M. L., Holanda Nepomuceno Nobre, L., De Souza Galvão, L. G., & Chaves Nobre, F. (2023). Relationships Between Consumer Engagement and Purchase Intention of Ecological Products. *Revista de Gestão Social e Ambiental*, 17(1), e3072. <https://doi.org/10.24857/rgsa.v76n1-008>
- Siswadi, S., Jumaizi, J., Supriyanto, S., & Dewa, A. L. (2023). Indonesian Online Transportation (Go-Jek) Customers Satisfaction and Loyalty: How the Role of Digital Marketing, Word of Mouth, Perceived Value and Perceived Quality? *Journal of Law and Sustainable Development*, 11(2), e362. <https://doi.org/10.55908/sdgs.v11i2.362>
- Zardeini Hosein, Z., Yousefie, A., & Mohammad Tabatabaei Mehrizi, S. (2014). Evaluating and ranking performance by combination model of balanced scorecard and ariadne uncertain estimate. *Asian Social Science*, 10(2), 70–83. <https://doi.org/10.5539/ass.v10n2p70>
- Zupic, I., & Čater, T. (2015). Bibliometric Methods in Management and Organization. *Organizational Research Methods*, 18(3), 429–472. <https://doi.org/10.1177/1094428114562629>