

Siaran Pers

Institute for Development of Economics and Finance

Rabu, 7 Desember 2022

“Mengupas Industri Transportasi dan Logistik Online di Indonesia Pasca Pandemi”

Tren Industri Persepsi Konsumen Jasa Transportasi dan Logistik Online: Transportasi dan Logistik Online Terbukti Tangguh di Gejolak Ekonomi

- Seiring dengan semakin membaiknya penanganan pandemi, mobilitas masyarakat pulih, yang diikuti peningkatan penggunaan transportasi online meski tanpa promo.
- Layanan Gojek menjadi yang paling banyak digunakan oleh pengguna transportasi online (82%) dan pengguna logistik online (64%), dan meraih tingkat kepuasan di atas rata-rata industri.
- Sektor transportasi dan logistik online diperkirakan resilien dan mampu tumbuh di tengah tantangan ekonomi bahkan saat ada potensi resesi.

Tim Kajian INDEF

Jasa transportasi dan logistik online telah menjadi pilar perkembangan ekonomi digital Indonesia. Permintaan yang tinggi dan ketatnya persaingan beberapa penyedia aplikasi transportasi online mendorong INDEF mencoba memahami lebih dalam bagaimana industri ini bekerja dan perkembangannya. Penelitian dilakukan pada bulan Agustus dan September 2022 melalui survei kepada konsumen transportasi online dan pedagang daring sebagai konsumen logistik online.

Secara umum, hasil survei INDEF menunjukkan bahwa industri transportasi dan logistik online merupakan industri yang cukup tangguh bahkan di tengah-tengah ketidakpastian ekonomi seperti yang terjadi sebelumnya di tengah pembatasan mobilitas saat puncak pandemi COVID-19. Permintaan pada layanan transportasi online contohnya, cenderung stabil dan bahkan meningkat setelah pelonggaran pembatasan mobilitas seperti saat ini dengan frekuensi pemakaian setiap pengguna rata rata 4 - 12 kali setiap minggunya. Perubahan pola konsumsi masyarakat dari offline ke online yang tumbuh di tengah pandemi dan diperkirakan terus bertahan setelah pandemi, serta mobilitas yang semakin membaik akan membuat permintaan transportasi dan logistik online terus meningkat.

Preferensi konsumen terhadap kedua layanan tersebut juga mulai bergeser. Aspek-aspek seperti keamanan dan efisiensi waktu jadi pertimbangan utama konsumen. Bergeser dari semata-mata keterjangkauan harga yang sebelumnya menjadi preferensi utama. Meskipun konsumen mempunyai lebih dari satu aplikasi transportasi online dan logistik di dalam ponsel pintarnya, aplikasi *super-app* seperti Gojek dan Grab menjadi pilihan utama konsumen untuk kedua layanan, dengan Gojek masih menjadi brand dengan tingkat kepuasan tertinggi dari konsumen. Berikut rincian tingkat penggunaan konsumen untuk masing-masing layanan:

- **Transportasi online:** Gojek (82%), Grab (53%), Maxim (19,6%), InDriver (4,9%)
- **Logistik online:** Gojek (64%), Grab (42%), ShopeeXpress (28%), Lalamove (18,7%), AnterAja (10,9%), NinjaXpress (7,8%), dan Deliveroo (5,4%).

Temuan lebih lengkap dari riset ini sebagai berikut:

1. **Industri transportasi dan logistik online tetap tumbuh di tengah tantangan ekonomi**

- a. Penggunaan jasa transportasi online meningkat seiring dengan pelonggaran pembatasan kegiatan dan kondisi ekonomi yang semakin pulih. Transportasi online telah menjadi kebutuhan sehari-hari yang terbukti meningkatkan produktivitas dan membuat perjalanan semakin efisien dari sisi waktu dan biaya bahan bakar. Lebih dari setengah (56%) responden juga menyatakan akan tetap menggunakan layanan transportasi online meski tanpa disertai promo dan 60% responden menyatakan akan meningkatkan penggunaan transportasi online seiring dengan mulai pulihnya mobilitas pasca-pandemi.
- b. Layanan logistik online terus tumbuh seiring dengan perkembangan positif belanja secara daring baik melalui ecommerce, media sosial, ataupun media online lainnya. Para pedagang daring yang memanfaatkan media sosial sebagai media penjualan utamanya, atau *social seller*, ikut mengerek jumlah permintaan layanan logistik online. Sebagian besar responden pengguna layanan logistik online (61%) mengaku menggunakan platform pesan instan seperti WhatsApp, Facebook Messenger, Telegram, dan lainnya, dalam melakukan penjualan produk, selain juga berjualan via ecommerce dan media sosial

2. **Keamanan layanan menjadi prioritas paling penting di atas keterjangkauan harga bagi konsumen transportasi online.** Dengan menggunakan skala 1-4, konsensus responden memberikan nilai 3,59 untuk aspek keamanan (berkendara dengan baik dan aman, pencegahan perbuatan pelecehan seksual, keamanan data pelanggan, dan asuransi); kualitas layanan (kenyamanan berkendara, keramahan driver, dan kemudahan penggunaan aplikasi) mendapatkan skor 3,50; dan layanan yang mendukung produktivitas senilai 3,49 (ketepatan waktu, hadirnya layanan yang memudahkan aktivitas, kemudahan menghubungi customer service), ketiganya menjadi tiga aspek terpenting bagi konsumen dalam memilih transportasi online.
3. **Saat menggunakan layanan logistik online, pedagang daring memprioritaskan kualitas layanan terutama kecepatan pengantaran barang.** Dengan menggunakan skala 1-4, konsensus responden memberikan nilai 3,59 untuk kualitas pelayanan (kemudahan penggunaan aplikasi), kualitas pelayanan (layanan yang efisien) dengan nilai 3,52, dan keamanan layanan (keamanan pengantaran, asuransi, dan pengantaran barang yang higienis) dengan nilai 3,36.
4. **Di kedua industri transportasi online dan logistik online, Gojek meraih tingkat kepuasan pengguna lebih tinggi dari pemain lain dan rata-rata industri.**
 - a. Konsumen menilai Gojek sebagai brand yang paling memuaskan karena memberikan rasa aman paling tinggi bagi konsumen. Konsensus responden memberikan skor kepuasan konsumen di atas rata-rata industri bagi Gojek pada semua indikator-indikator prioritas. Terutama pada kemudahan penggunaan aplikasi yang mana Gojek mendapatkan skor 3,39. Lebih tinggi dari rata-rata industri yang mendapatkan skor sebesar 3,30, dan disusul Grab dengan skor 3,27.
 - b. Dalam penilaian *pedagang dari* Gojek kembali menjadi brand yang paling memuaskan dibandingkan aplikasi layanan logistik online lainnya. GoSend, layanan logistik online Gojek, dianggap paling meningkatkan produktivitas para *social seller* karena pelayanannya yang efisien, paling aman, dan mudah digunakan. Konsensus responden memberikan nilai GoSend sebesar 3,17 dalam penggunaan aplikasi, atau lebih tinggi dari rata-rata industri yaitu di angka 3,04; dan juga lebih tinggi dari pemain lainnya seperti Lalamove (3,05); Grab (3,04); dan ShopeeXpress (3,03).

Riset ini dilakukan INDEF di 5 kota besar di Indonesia yaitu Jabodetabek, Bandung, Palembang, Bali, Yogyakarta, dan Palembang terhadap 2310 responden pengguna transportasi online, dengan karakteristik 51,6% laki laki dan 48,4% perempuan, dengan usia terbanyak berada di rentang 20 - 30 tahun (54,16%) dan 30 - 49 tahun (43,2%), dengan pendapatan per bulan rata rata 2,5 - 5 juta (25,66%).

Untuk logistik online, dilakukan INDEF di 3 kota besar di Indonesia yaitu Jabodetabek, Bandung, dan Surabaya terhadap 1155 responden yang merupakan social seller (penjual yang memanfaatkan media sosial untuk berjualan), dengan karakteristik 41% laki laki dan 59% perempuan, dengan usia terbanyak berada di rentang 18 - 29 tahun (45,83%) dan 30 - 41 tahun (41,67%), dengan pendapatan per bulan rata rata 2,5 - 5 juta (31,58%) dan 5 - 10 juta (28,95%).