

**BUKU MONOGRAF
FENOMENA GO-JEK DI KOTA BEKASI**

GO-JEK selalu ada jalan

Matdio Siahaan, SE.,M.M, C.PNNLP.,C.LMA.



pena persada

PENERBIT CV. PENA PERSADA

**BUKU MONOGRAF
FENOMENA GO-JEK DI KOTA BEKASI**

GO-JEK selalu ada jalan

Penulis:

Matdio Siahaan, SE.,M.M, C.PNNLP.,C.LMA.

Editor:

Matdio Siahaan, SE.,M.M, C.PNNLP.,C.LMA.

ISBN : 978-623-315-996-8

Design Cover :

Retnani Nur Brilliant

Layout :

Hasnah Aulia

Penerbit CV. Pena Persada

Redaksi :

Jl. Gerilya No. 292 Purwokerto Selatan, Kab. Banyumas
Jawa Tengah

Email : penerbit.penapersada@gmail.com

Website : penapersada.com Phone : (0281) 7771388

Anggota IKAPI: 178/JTE/2019

All right reserved
Cetakan Pertama : 2022

Hak Cipta dilindungi oleh undang-undang. Dilarang memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin penerbit

KATA PENGANTAR

Terpujilah Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan sebuah Buku Monograf yang berdasarkan hasil Penelitian yang berjudul **“Pengaruh Customer Relationship Management (CRM) dan Tarif Industri Jasa Terhadap Minat Pengguna Transportasi Go-Jek di Kota Bekasi”**. Penelitian ini kami laksanakan sebagai tugas Dosen dalam mewujudkan Tridarma Perguruan Tinggi di Kota Bekasi, yaitu pada periode Mei – Juli 2019. Sejak masa persiapan sampai pembuatan buku monograf yang berdasarkan penelitian ini selesai disusun, penulis banyak menghadapi tantangan dalam pengolahan data dan pengumpulan data kuisisioner dari responden dilapangan tetapi itu semua bisa dilalui berkat kerja keras dan bantuan moral, materil dari berbagai pihak sehingga buku monograf ini dapat terselesaikan.

Penulis menyampaikan terimakasih kepada Bapak Rektor Irjen Pol (Purn),Dr. Drs. Bambang Karsono, SH.,MM yang terus mendorong agar melaksanakan kegiatan Tri Darma Perguruan Tinggi dan Ibu Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Dr. Istianingsih Sastrodiharjo,M.SAK yang terus memberikan arahan dan support atas pelaksanaan penelitian dan teman-teman dosen yang memberikan dukungan sampai penyusunan buku monograf ini. Kepada Kepala LPPMP Ubhara Jaya Bapak Ir. Juni Thamrin, MSc, PhD, yang selalu memberikan motivasi yang besar kepada seluruh dosen untuk terus berkarya dan kreatif. Dan yang tak terkira saya mengucapkan terimakasih banyak kepada Istri saya Bidan Dormabr Tambunan, AMKEB dan anak-anak saya Elisabet br Siahaan,SP ; Yoshua Siahaan,SPi Lusiana Siahaan, STr.AM dan Mori Siahaan yang selalu memberikan perhatian dan dorongan yang kuat kepada saya, kiranya Tuhanlah yang membalas semua kebaikan yang saya terima dari kalian.

Penulis menyadari bahwa buku monograf ini jauh dari sempurna, oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangat diharapkan untuk penyempurnaan dimasa yang akan datang. Penulis sangat berharap agar buku monograf ini

dapat bermanfaat bagi siapapun yang membacanya dan dapat dijadikan sebagai bahan acuan atau referensi untuk penelitian selanjutnya.

Atas perhatian dan kerja sama yang diberikan oleh pihak universitas, fakultas dan prodi kami menyampaikan banyak terima kasih.

Bekasi, Februari 2022

Matdio
Siahaan,SE.,MM,CPNNLP.,CLMA
NIDN : 0413047002

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Perumusan Masalah.....	1
C. Urgensi Penelitian.....	2
D. Tujuan Penelitian.....	2
E. Luaran Penelitian	2
F. Kebaharuan (Novelty).....	2
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
A. Perilaku Pemakai.....	5
B. Proses Pengambilan Keputusan.....	5
C. Hubungan CRM (<i>Customer Relationship Management</i>) dengan <i>E-Business</i>	6
D. Hubungan CRM dalam Strategi Business to Business (B 2 B).....	6
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	14
A. Rencana Penelitian	14
B. Waktu dan Tempat Penelitian.....	15
C. Desain Penelitian.....	16
D. Pelaksanaan Penelitian.....	19
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	20
A. Deskripsi Data	20
B. Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioner	21
C. Uji Statistik Deskriptif	24
D. Uji Kualitas Data Kuisoner	25
1. Uji Validitas	25
2. Uji Reliabilitas	28
3. Uji Asumsi Klasik	30
a. Uji Normalitas	30
4. Uji Heteroskedatisitas	32
5. Uji Multikolinieritas	33
6. Uji Autokorelasi	35
7. Uji Linearitas	35

E. Uji Statistik.....	37
F. Uji Hipotesis	38
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	42
A. Kesimpulan.....	42
B. Saran	42
DAFTAR PUSTAKA	43
TENTANG PENULIS	54

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Fenomena Go-Jek menjadi populer di Bekasi, karena perkembangan teknologi dan informasi dalam era 4.0. Masyarakat mau tidak mau menggunakan sarana transportasi yang semakin berkembang sehingga persaingan sangat ketat maka pihak perusahaan berusaha meningkatkan servis dan kepuasan pelanggan. Penerapan pelayanan merupakan suatu tindakan nyata agar konsumen tetap terjaga saat ini dan yang akan datang. Untuk memberikan kepuasan dan kenyamanan pelanggan dipakailah sistem teknologi informasi on line.

Pemakaian sistem ini telah dilaksanakan oleh Go-Jek, karena sistemnya sangat membantu pelanggan dimana pelayanannya mempermudah untuk mendapatkan gojek ditempat. Kepuasan pelanggan memiliki dampak signifikan kepada perusahaan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan. Pelaksanaan CRM berdampak kepada kepuasan pelanggan dengan alasan :

Pertama: Perusahaan membuat penawaran kepada pemakai.

Kedua: Sarana CRM memberikan pelayanan yang optimal kepada pemakai.

Ketiga: *Sarana* CRM memjembatani perusahaan dengan pelanggan lebih efektif.

B. Perumusan Masalah.

1. Bagaimana Segmentasi CRM dalam *E- busniess (online)* pada Manajemen Gojek ?
2. Apakah dampak Tarif terhadap Minat Pengguna Gojek ?
3. Bagaimanakah manfaat Segmentasi CRM dan Tarif secara simultan terhadap Minat Pengguna Gojek ?

C. Urgensi Penelitian.

Penelitian ini bertujuan untuk dapat :

1. Mengidentifikasi dan menganalisa Segmentasi CRM dengan *e-busniess (online)* pada Manajemen Gojek.
2. Mengidentifikasi dan menganalisa sejauh mana dampak Tarif terhadap Minat Pengguna Gojek..
3. Mempublikasikan hasil penelitian.

D. Tujuan Penelitian.

Berdasarkan uraian diatas dan perumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, dapat menganalisa hubungan antara :

1. Segmentasi CRM dengan *e-busniess (online)* pada Manajemen Gojek.
2. Tarif terhadap Minat Pengguna Gojek.
3. Segmentasi CRM dan Tarif secara simultan terhadap Minat Pengguna Gojek.

E. Luaran Penelitian

Luaran yang diharapkan dari penelitian ini:

1. Memberikan hipotesis-hipotesis variabel Segmentasi CRM dan Tarif secara simultan berpengaruh terhadap Minat Pengguna Gojek.
2. Sebagai pengayaan bahan ajar Ekonomi Kreatif dan Hukum Bisnis, serta Metodologi Riset.
3. Mempublikasikan hasil penelitian dalam Jurnal Nasional dan Buku Monograf

F. Kebaharuan (Novelty)

1. Teknologi Komunikasi Tepat Guna

Sekarang ini aplikasi ojek *online* sudah menjadi alat ataupun moda transportasi yang dapat mempermudah penggunaanya dalam berpergian. Tidak hanya bisa mengantar penumpangnya, aplikasi ini juga bisa membelikan makanan, mengantar barang dan banyak lagi manfaat yang akan didapat jika kita menggunakan aplikasi ojek *online* ini. Aplikasi ojek *online* terbesar di indonesia yakni

aplikasi grab dan gojek. Perkembangan teknologi komunikasi berlangsung demikian pesatnya sehingga para ahli menyebut gejala ini sebagai suatu revolusi. Sekalipun kemajuan tersebut masih dalam perjalanannya, tapi sejak sekarang sudah dapat diperkirakan terjadinya berbagai perubahan di bidang komunikasi maupun di bidang-bidang kehidupan lain yang berhubungan, sebagai implikasi dari perkembangan keadaan yang dimaksud. Perubahan-perubahan yang kelak terjadi, terutama disebabkan berbagai kemampuan dan potensi teknologi komunikasi tersebut, yang memungkinkan manusia untuk saling berhubungan dan memenuhi kebutuhan komunikasi mereka secara hampir tanpa batas (Nasution, 1989).

Perkembangan teknologi saat ini yang paling signifikan terlihat adalah perkembangan komunikasi yang bahkan dapat memberikan perubahan sosial di dalam masyarakat. Disini dapat dikatakan bahwa teknologi komunikasi merupakan suatu penerapan ilmu pengetahuan untuk memecahkan masalah-masalah yang berkaitan dengan komunikasi. Teknologi komunikasi juga dijelaskan juga sebagai "alat perangkat keras, struktur organisasi dan nilai-nilai sosial yang digunakan, untuk mengumpulkan, memproses, dan mempertukarkan informasi dengan orang lain" (Rogers : 1986).

Teknologi komunikasi juga bisa dikatakan tepat guna jika penggunaannya memang sesuai (tepat guna) dengan kebutuhan dan kondisi yang ada pada masa kini.

Teknologi komunikasi tepat guna ini bisa juga dijadikan solusi bagi permasalahan dalam masyarakat. Adapun teknologi komunikasi tepat guna tersebut pastinya memiliki kriteria yaitu :

- a. Apabila teknologi komunikasi itu dapat mempergunakan semaksimal dan seluas mungkin sumber-sumber yang tersedia di suatu tempat.
- b. Apabila teknologi komunikasi tersebut sesuai keadaan ekonomi dan sosial masyarakat setempat

- c. Apabila teknologi komunikasi membantu memecahkan masalah dan persoalan yang sebenarnya ada di dalam masyarakat.

Perkembangan teknologi komunikasi yang diadopsi oleh Bisnis Gojek menjawab ketiga persyaratan tersebut di atas.

2. Mengurangi waktu terbangun

Sebelum ada Go-Jek online, kalau mau pergi harus berjalan kaki menuju pangkalan yang membutuhkan waktu sampai di pangkalan ojek, dan disana belum tentu ada tersedia ojek yang mangkal. Setelah sampai dipangkalan masih terjadi tawar menawar tentang biaya yang harus dibayar, dan belum tentu tahu dan hafal jalan menuju lokasi yang akan dituju sehingga harus bertanya-tanya kepada teman-teman tukang ojek yang lain ini yang membuat lama sehingga waktu banyak terbuang begitu saja.

3. Menambah Kenyamanan dan Keamanan Penumpang

Dalam perjalanan kenyamanan ojek pangkalan belum terjamin karena penumpang tidak dilengkapi dengan helm yang standar SNI dan kebanyakan sepeda motor sudah kondisi tua. Dan penumpang lebih Nyaman karena sepeda motor masih layak (baru) dan dilengkapi dengan google map bahwa tujuan sudah pasti dapat dicapai dengan beberapa waktu. Kalau hujan datang sudah disiapkan mantel hujan, dan masa pandemic covid-19 sudah disediakan pula masker untuk penumpang.

Dan kecepatan sepeda motor juga dikontrol oleh satelit, sehingga driver tidak boleh ada macam-macam, dan pelayanan diutamakan karena setelah turun wajib penumpang memberi penilaian terhadap kepuasan yang diberikan oleh driver. Bila terjadi unsur penipuan atau perampokan cepat ketahuan karena dikontrol oleh satelit, jadi driver gojek dipaksa baik-jujur-bertanggung jawab untuk kepuasan penumpang. Harga tidak boleh dimainkan oleh driver.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Perilaku Pemakai.

Perilaku Pemakai adalah tahap yang dilakukan oleh individu dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan membuang produk atau jasa. Pada tahap sebelum pemesanan konsumen akan melakukan pencarian informasi yang terkait produk dan jasa. Pada tahap pemesanan, konsumen akan melakukan pemesanan jasa, dan pada tahap setelah pemesanan, konsumen melakukan penggunaan jasa dan evaluasi kinerja jasa. Menurut pendapat Plessis, M.D., Boon, J. (2004), orang Indonesia memiliki sepuluh jenis perilaku yaitu:

1. Berpikir jangka pendek (*short term perspective*). cirinya adalah mencari yang serba cepat (*instant*).
2. Tidak terencana (*dominated by unplanned behavior*).
3. Suka berkumpul (*social*)
- 4) Gagap teknologi (*not adaptive to high technology*).
- 5). Berorientasi pada konteks (*context, not content oriented*).
- 6). Suka buatan Luar Negeri (*receptive to COO effect*).
- 7). Beragama (*religious*).
- 8). Gengsi (*putting prestige as important motive*).
- 9). Budaya lokal (*strong in subculture*).
- 10). Kurang peduli lingkungan (*low consciousness towards environment*).

B. Proses Pengambilan Keputusan.

Setiap pemakai memilih produk atau jasa yang akan digunakan. Pertimbangannya dari sudut ekonomi dan hubungannya dengan orang lain.

1. Faktor-faktor yang mempengaruhi :

- a. Motivasi (*motivation*) merupakan suatu dorongan yang ada dalam diri manusia untuk mencapai tujuan tertentu.
- b. Persepsi (*perception*) merupakan hasil pemaknaan individu terhadap stimulus.
- c. Pembentukan sikap (*attitude formation*) merupakan penilaian yang ada dalam diri seseorang yang

mencerminkan sikap suka/tidak suka seseorang akan suatu hal.

C. Hubungan CRM (*Customer Relationship Management*) dengan *E-Business*.

Kesatuan dari sikap dan tindakan yang terus menerus disebut Integrasi (*integration*). Misalnya sikap dari perusahaan dan rekanan antara lain :

1. Kekuatan; *Cross Selling, Upgrading*, Identifikasi kebiasaan pelanggan, mengurangi resiko
2. operasional, Respon yang lebih cepat ke pelanggan, Meningkatkan efisiensi.
3. Kelemahan; Kelebihan data pelanggan, Tidak ada sistem CRM, Implementasi CRM.

D. Hubungan CRM dalam Strategi Business to Business (B 2 B)

Persepsi dan harapan pelanggan menjadi fokus utama dalam hubungannya yang sangat penting dalam Aplikasi yang dikembangkan, serta diharapkan dapat meningkatkan pelayanan terhadap pelanggan dan sebagai alat untuk membangun hubungan antara perusahaan dengan customer yang saling menguntungkan. Saat ini dapat dikatakan bahwa seluruh manusia saling terhubung tanpa terbatas ruang dan waktu melalui jaringan internet. Ketika seseorang terhubung dengan jaringan internet, atau online, komunikasi dapat menjadi lebih mudah. Kelebihan lainnya adalah media internet tarif murah; penjual tidak harus memiliki toko. Interaksi antar korporasi bisa dilakukan dengan menggunakan internet atau yang biasa disebut dengan *business to business*. "*Activity refers to the full spectrum of e-commerce that can occur between two organizations.*"

Business to Business (B2B) dipahami sebagai spektrum yang mengarah pada terjalannya interaksi komersial antar organisasi bisnis (Barnes, James G, (2003).

1. Perhitungan Tarif Baru Ojek Online

Dengan melihat tarif baru ojek online, dan biaya jasa untuk penyedia aplikasi seperti Go-Jek dan Grab maupun pengemudi, maka:

1. Rumus perhitungannya = Tarif batas bawah atau atas \times 100 : 80
2. Zona I, Tarif batas bawah dan atas masing-masing menjadi Rp2.312 dan Rp2.875 per km
3. Zona II, Tarif batas bawah dan atas masing-masing menjadi Rp2.500 dan Rp3.125 per km
4. Zona III, Tarif batas bawah dan atas masing-masing menjadi Rp2.625 dan Rp3.250 per km.

Sebagai contoh:

Pak Abdiel, warga yang tinggal di Jakarta naik ojek online rute Cengkareng ke Grogol dengan jarak tempuh 8,8 km. Aplikator tersebut menetapkan biaya jasa minimal Rp8.000 untuk 4 km pertama. Jadi uang yang harus dibayar Pak Abdiel adalah: Tarif zona II Rp2.500 sampai Rp 3.125 per km. Biaya jasa minimal 4 km pertama Rp8.000. Berarti kalau menggunakan tarif batas bawah Rp 2.500 \times 4,8 km (kelebihan jarak tempuh) = 12.000. Sedangkan batas atas Rp3.125 \times 4,8 km = Rp15.000. Jadi Rp8.000 + Rp12.000 = Rp20.000 atau Rp8.000 + Rp15.000 = Rp 23.000. Pak Abdiel harus mengeluarkan uang sebesar Rp20.000 sampai Rp23.000 per hari untuk naik ojek online.

2. Roadmap Penelitian

**Tabel 2.1. Roadmap
Penelitian tentang Customer Relationship Management
Dan Tarif Industri Jasa Terhadap Minat Pengguna
Transportasi Online.**

No	LUARAN PENELITIAN & NAMA PENELITI	METODE PENELITIAN
	Aplikasi CRM dalam layanan informasi Diperpustakaan yang bertujuan untuk Menciptakan komunitas pelanggan yang Memiliki loyalitas. Komariah (2011)	Layanan informasi berbasis CRM ini dapat menghasilkan uang untuk perpustakaan karena pengguna yang merasa puas, tidak akan keberatan ketika harus membayar dan bahkan mereka menjadi loyal pada perpustakaan.
2	CRM sebuah kombinasi antara orang, Proses, dan teknologi yang menginginkan Perusahaan untuk mengerti keinginan dari Customer. (J.Karen (2013)	Untuk itu penyesuaian antara orang, proses dan teknologi untuk dapat memaksimalkan keuntungan yang terus menerus dan menjaga loyalitas customer sangat diperlukan.
3	CRM dan tujuannya, mengapa perusahaan Perlu CRM, aplikasi CRM dalam Industri Manufaktur dan Jasa. Andreani (2007)	Pemilihan software yang tepat dan sesuai dengan yang diperlukan harus mampu memberikan kemudahan dan keuntungan pada kedua belah pihak, karena disinilah letak kunci keberhasilan sebuah perusahaan.
4	Implementasi Customer Relationship Management (CRM) pada Sistem Reservasi Hotel berbasis Website. Adelia dan Setiawan J (2011)	Aplikasi e-CRM yang diterapkannya di dalam Hotel Trio Bandung seperti Website dan aplikasi desktop mempermudah dan meringankan mereka dalam pengelolaan hotel.

3. Manfaat Go-Jek

a. Mengurangi waktu terbangun

Sebelum ada Go-Jek online, kalau mau pergi harus berjalan kaki menuju pangkalan yang membutuhkan waktu sampai di pangkalan ojek, dan disana belum tentu

ada tersedia ojek yang mangkal. Setelah sampai dipangkalan masih terjadi tawar menawar tentang biaya yang harus dibayar, dan belum tentu tahu dan hafal jalan menuju lokasi yang akan dituju sehingga harus bertanya-tanya kepada teman-teman tukang ojek yang lain ini yang membuat lama sehingga waktu banyak terbuang begitu saja.

b. Menambah Kenyamanan dan Keamanan Penumpang

Dalam perjalanan kenyamanan ojek pangkalan belum terjamin karena penumpang tidak dilengkapi dengan helm yang standar SNI dan kebanyakan sepeda motor sudah kondisi tua. Dan penumpang lebih Nyaman karena sepeda motor masih banyak (baru) dan dilengkapi dengan google map bahwa tujuan sudah pasti dapat dicapai dengan beberapa waktu. Kalau hujan datang sudah disiapkan mantel hujan, dan masa pandemic covid-19 sudah disediakan pula masker untuk penumpang.

Dan kecepatan sepeda motor juga dikontrol oleh satelit, sehingga driver tidak boleh ada macam-macam, dan pelayanan diutamakan karena setelah turun wajib penumpang memberi penilaian terhadap kepuasan yang diberikan oleh driver. Bila terjadi unsur penipuan atau perampokan cepat ketahuan karena dikontrol oleh satelit, jadi driver gojek dipaksa baik-jujur-bertanggung jawab untuk kepuasan penumpang. Harga tidak boleh dimainkan oleh driver.

c. Terhindar dari kemacetan yang sulit dilewati oleh mobil

Gambar -1 Kemacetan Lalu Lintas



Sumber : <https://upload.wikimedia.org>

Di kota-kota besar seperti Kota Bekasi kata macet tidak asing lagi terdengar di telinga kita, orang-orang yang mengendarai mobil seringkali terjebak dalam kemacetan ini. Perjalanan yang seharusnya hanya memakan waktu setengah jam, mungkin bisa menjadi 2 jam karena disebabkan oleh kemacetan ini. Aplikasi ojek *online* ini merupakan salah satu jalan keluar agar terhindar atau pun lebih mudah menghadapi kemacetan dibandingkan dengan menggunakan mobil. Dengan menggunakan ojek *online* kita bisa melewati jalur-jalur tikus atau jalan memotong yang sudah diketahui oleh *driver* ataupun yang ada di *maps driver*. Kebanyakan *driver* ojek *online* pasti mengetahui jalan yang tercepat menuju lokasi tujuan yang kita pesan karena memang pekerjaan mereka setiap hari berada di jalanan. Jadi anda tidak perlu khawatir akan terjebak macet jika menggunakan ojek *online* karena Gojek ini memberikan solusi dan membantu memecahkan masalah serta persoalan di masyarakat, terutama masalah kemacetan di jalan raya

d. Harga murah

Pengguna ojek *online* tidak perlu ragu dan khawatir uang habis jika menggunakan ojek *online*. *Customer* hanya dikenakan biaya Rp.8.000 sampai Rp.10.000 untuk empat kilo pertama. Keuntungan lainnya bisa didapatkan jika menggunakan *gopay* untuk aplikasi gojek. *Gopay* merupakan saldo yang berada di akun *customer* yang bisa diisi melalui driver ojek *online*. Dengan menggunakan *gopay* ini *customer* akan mendapatkan potongan harga yang ditetapkan oleh aplikasi penyedia layanan ojek *online*. Perusahaan ojek *online* juga sering mengadakan promo untuk *customer* nya. Dengan adanya promo ini, maka *customer* akan sangat diuntungkan dalam hal biaya. Jadi, tidak perlu takut akan mengeluarkan duit yang banyak jika menggunakan aplikasi ojek *online* ini. Karena memang harganya ekonomis dan bisa menghemat pengeluaran dari dompet karena sudah pasti tapi kalau ojek pangkalan harus tawar menawar, bila tidak ditawar lebih dulu bisa ongkosnya ditambahin oleh drivernya sedangkan bila ditawar bisa timbul tidak terjadi kesepakatan karena dianggap ongkos berubah setiap waktu.

- e. Dapat mengantar barang tanpa keluar rumah.

Gambar - 2 : Go-Jek Mengantar Barang



Sumber : Driver mengantar barang via <https://www.google.com>

Aplikasi ojek *online* tidak hanya untuk menjemput dan mengantar penumpang saja, tetapi di dalam aplikasi ini juga tersedia layanan mengantarkan barang. hanya perlu memesan layanan *go-send* untuk aplikasi gojek dan *grab express* untuk aplikasi grab. Pengguna layanan ini tidak perlu ragu atau takut barang yang diberikan untuk diantar tidak sampai ke tempat tujuan. Karena data *driver* ojek *online* telah tersimpan di perusahaan tempat *driver* itu terdaftar. Jika masih ragu, cukup mengambil gambar orderan yang berisi nama, foto dan plat motor *driver* yang mengantar. Dan jika terjadi hal yang tidak diinginkan bisa mendatangi kantor perusahaan ojek *online* yang anda gunakan. Dan melaporkan kejadian yang dialami. Dengan cepat perusahaan akan menemukan pelaku dengan bekal data yang tersimpan di perusahaan. Dan satu catatan untuk *customer* pengguna layanan ini. Jangan

meminta *driver* untuk mengantarkan barang yang melebihi kapasitasnya sebagai pengguna sepeda motor. Karena dapat membahayakan *driver* dan barang itu sendiri.

f. Alternatif bila malas untuk mengendarai sepeda motor sendiri .

Ketika malas untuk mengendarai sepeda motor bisa menggunakan ojek *online* ini untuk mengantar ketempat tujuan sehingga tidak perlu membawa kendaraan sendiri. Kebanyakan *customer* memang milih menggunakan ojek *online* ketika mereka malas untuk membawa kendaraan sendiri. *Customer* juga mempunyai lawan bicara ketika berpergian yang bisa menemani ketika berpergian sehingga tidak membuat bosan. Apalagi jika sedang sakit dan khusus untuk yang merantau dan sendirian tinggal di perkotaan dan tidak memiliki saudara di tempat merantau. Go-Jek online ini menjadi pilihan yang sangat direkomendasikan untuk mengantar dan menjemput.

g. Mengurangi sakit maag karena malas membeli makanan,tidak ingin keluar kantor

Aplikasi ojek *online* juga menyediakan layanan untuk memesan makanan bagi yang ingin membelinya, tetapi sedang malas untuk langsung ketempat penjualnya. Cukup menggunakan layanan *gofood* untuk aplikasi gojek. Di menu layanan tersebut sudah terdaftar berbagai tempat untuk membeli makanan, hanya akan dikenakan ongkos kirim untuk pengantaran ke lokasi. Dengan adanya aplikasi ini dapat terhindar dari penyakit mag karena telat makan yang berawal dari malas untuk membeli makanan keluar dari kantor. Dengan adanya bisnis Gojek ini memanfaatkan semua sumber-sumber yang ada semaksimal mungkin. Kemudian, penggunaannya juga sesuai dengan keadaan ekonomi dan sosial di Indonesia terutama wilayah di Jakarta dan sekitarnya. Terlebih lagi adalah, Gojek ini memberikan solusi dan membantu memecahkan masalah serta persoalan di masyarakat, terutama masalah kemacetan.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Rencana Penelitian

Penelitian ini berlangsung ada beberapa tahapan dimulai dari kajian studi pustaka, dimana penulis mencari teori-teori dasar dari penelitian yang akan dilakukan. lalu melakukan observasi langsung untuk mencari data-data yang diperlukan dalam penelitian ini. dan melakukan diskusi kepada pihak Perusahaan Gojek di Sumarecon Kota Bekasi. Untuk lebih jelasnya akan di jelaskan sebagai berikut:

1. Studi Pustaka

Studi Pustaka yaitu penelusuran literatur yang bersumber dari buku, media, pakar ataupun dari hasil penelitian orang lain yang bertujuan untuk menyusun dasar teori yang kita gunakan dalam melakukan penelitian. Salah satu sumber acuan di mana peneliti dapat menggunakannya sebagai penunjuk informasi dalam menelusuri bahan bacaan adalah dengan menggunakan buku referensi, Ebook dan penelitian sebelumnya

2. Teknik Observasi

Penulis melakukan teknik observasi, untuk mengetahui data real yang ada dilapangan dan juga sebagai data penunjang untuk terlaksananya pelaksanaan penelitian.

3. Diskusi

Diskusi dilakukan dengan pihak Pengelolah Gojek di Bekasi untuk meminta data persetujuan pelaksanaan penelitian dan pengisian kuisisioner. Tahapan penelitian ini akan dijelaskan secara rinci apa saja yang penulis lakukan selama melakukan penelitian ini.

a. Tahap pertama

Tahap pertama adalah tahap dimana penulis menentukan tempat observasi dimana lokasi pengguna gojek yang ada dilapangan, dengan maksud untuk

mendapatkan data yang diperlukan dalam penelitian ini, menentukan masalah apa yang akan dikaji, untuk mencari solusi dari penelitian yang akan dilakukan.

b. Tahap kedua

Tahap kedua yaitu melakukan survei lokasi, dan membaca teori-teori yang terkait dengan penelitian ini. Maka tahap selanjutnya adalah tahap pelaksanaan. Di tahap ini peneliti sudah memperoleh akses untuk melakukan observasi di Lapangan. Data yang diperoleh dari kegiatan observasi, penelitian meliputi jumlah pengguna gojek berdasarkan kondisi di lapangan.

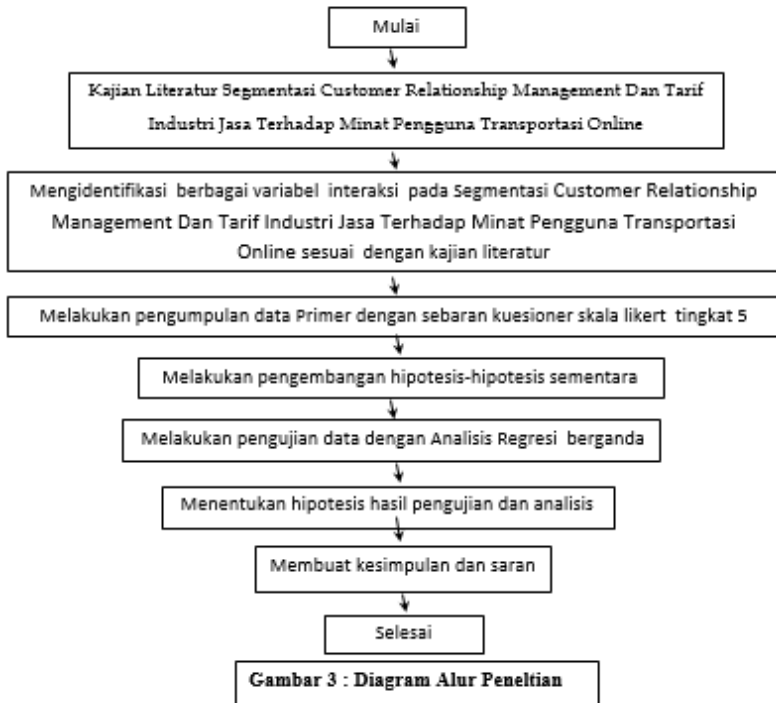
c. Tahap ketiga

Tahap ketiga selanjutnya adalah membuat yang telah ditemukan di lapangan menjadi tulisan berupa laporan hasil penelitian.

B. Waktu dan Tempat Penelitian

Pelaksanaan penelitian ini dilakukan dengan mengambil objek diwilayah Kota Bekasi, Provinsi Jawa Barat. Waktu penelitian selama 3 (Tiga) bulan dimulai Bulan Mei - Juli Tahun 2019.

C. Desain Penelitian



Penjelasan Desain Penelitian

1. Kajian Literatur;

Tahap ini adalah melakukan pengumpulan bahan literatur dan informasi berkaitan dengan judul penelitian (Segmentasi Customer Relationship Management Dan Tarif Industri Jasa Terhadap Minat Pengguna Transportasi Online di Kota Bekasi)

2. Identifikasi Masalah;

Melakukan identifikasi masalah Segmentasi Customer Relationship Management Dan Tarif Industri Jasa Terhadap Minat Pengguna Transportasi Online di Kota Bekasi dan konstruksi berdasarkan literatur dan informasi yang telah diperoleh.

3. Lakukan pengumpulan Data Primer

- a. Wawancara
- b. Observasi tentang Segmentasi Customer Relationship Management Dan Tarif Terhadap Minat Pengguna Transportasi Online di Kota Bekasi yang lebih mengarah kepada analisa spasial yaitu mengobservasi pengaruh antar orang secara fisik.
- c. Survei yang merupakan metode pengumpulan data primer dengan memberikan pertanyaan berupa sebaran kuesioner yang berhubungan dengan variabel-variabel tersebut diatas kepada responden individu diantaranya menggunakan computer delivered survei dengan emali juga dengan *personalisasi survey*. Jawaban pada kuesioner penelitian ini disusun secara diskrit menggunakan skala likert dengan 5 tingkat skala (lima skala adalah tingkat skala yang sangat baik untuk menghasilkan informasi yang sempurna).

4. Lakukan Pengembangan hipotesis-hipotesis sementara.

Dengan menggunakan teori yang relevan dan penjelasan secara logis, dapat pula didukung dengan penelitian sebelumnya. Hipotesis null yaitu dugaan yang menyatakan hubungan tiga buah variabel jelas dan tidak terdapat perbedaan diantaranya, sedangkan hipotesis alternatif menyatakan terdapat perbedaan diantara tiga variabel.

Misalnya rencana hipotesis sementara yang akan dikembangkan adalah :

Hipotesis adalah jawaban sementara yang perlu dibuktikan kebenarannya lebih lanjut. Bentuk pengujian hipotesis penelitian ini :

- a. H₁: Terdapat Pengaruh Segmentasi CRM dengan e-busniess (*online*) pada Manajemen Gojek.
- b. H₂: Terdapat Pengaruh Tarif terhadap Minat Pengguna Gojek

- c. H₃: Terdapat Pengaruh Segmentasi CRM dan Tarif secara simultan terhadap Minat Pengguna Gojek.

Mengemukakan pertanyaan awal yaitu adakah Segmentasi Customer Relationship Management dan Tarif Industri Jasa Terhadap Minat Pengguna Transportasi Online di Kota Bekasi dan seberapa besar hubungannya.

5. Melakukan Pengujian Data Dengan Analisis Regresi Berganda:

a. Menentukan Variabel dan Sumber Data;

Menentukan variabel-variabel Segmentasi Customer Relationship Management dan Tarif Industri Jasa Terhadap Minat Pengguna Transportasi Online di Kota Bekasi. Dalam pengumpulan data terlebih dahulu menetapkan sumber data, yaitu menggunakan data Customer Relationship Management dan Tarif Industri Jasa Terhadap Minat Pengguna Transportasi Online di Kota Bekasi.

b. Pengolahan Data

Pengolahan data dengan program *SPSS* 24.0 dan tabulasi data.

6. Metode Pengambilan Sampel

a. Populasi

Menurut Sujarweni (2015, h 80) Populasi adalah keseluruhan jumlah obyek atau subjek yang mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi adalah jumlah gojek di Kota Bekasi 2019, dengan perwakilan 300 responden.

b. Sampel

Menurut Sujarweni (2014, h 65) Sampel adalah bagian dari sejumlah karakteristik yang dimiliki. Pada penelitian ini teknik pengambilan sampel dengan cara *Slovin* :

$$n = N / (1 + Ne^2)$$

Keterangan : **n** = sample, **N**=Populasi, **e²** = margin error (10%)

N= 300 responden. **e** = 0.1 □ **n** = 300 / (1 + 300 (0.1)²) = 75 responden.

7. Menentukan Hasil Pengujian dan Analisis Data

Dalam pengolahan data dengan menggunakan Analisis Regresi Berganda, dilakukan uji coba validasi terhadap variable yang terkait dengan validasi terhadap model yang dikembangkan bisa diterapkan dalam Manajemen.

a. Penerapan Model

Tahap ini merupakan aplikasi model yang sudah dikembangkan dalam rangka perbaikan mutu.

b. Validasi Model

Validasi adalah suatu proses permintaan persetujuan atau pengesahan terhadap kesesuaian model yang dibuat dengan kebutuhan pihak manajemen/ transportasi. Validasi perlu dilakukan dengan melibatkan pihak yang ahli atau pihak yang akan menggunakan model tersebut.

8. Membuat Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan berdasarkan analisa data bahwa penelitian hasil riset. Selanjutnya memberikan saran masukan sebagai tindak-lanjut penelitian lanjutan.

D. Pelaksanaan Penelitian

1. Persiapan awal :

Menyiapkan formulir Koesioner untuk di sebarakan kepada pengguna Gojek, dan memberikan pengarahan bagaimana teknis pengisian formulir koesioner yang lebih efektif dan efisien, di lokasi yang ada di sekitar Sumarecon, di sekitar Proyek Kota Bekasi, dan di sekitar kampus Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Kota Bekasi.

Kegiatan selanjutnya melakukan penelitian awal meliputi : pengumpulan data-data historis atau data desain yang ada dan tidak memerlukan pengukuran. Berdasarkan data data diatas maka dapat dihitung.

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Data

Penelitian ini dilakukan kepada Pengguna Gojek yang berada di wilayah Kota Bekasi dengan kriteria Pria dan Perempuan. Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner. Kuesioner yang didistribusikan ke Pengguna Gojek di wilayah Bekasi sebanyak 300 orang dan kembali serta memenuhi syarat dan layak dipakai dalam penelitian ini.

Tabel 4.1 Data Umum Responden

I. Data Umum Responden

No	Jenis Data	Keterangan			
		Laki-Laki		Perempuan	
1	Jenis Kelamin	Laki-Laki		Perempuan	
2	Pekerjaan	Pelajar/ Mhs	Peg Swasta	PNS	Wirusaha
3	Tingkat Pendidikan Terakhir	SLTA	D-3	S-1	S-2
4	Frekuensi Penggunaan Gojek dalam 6 bulan terakhir	1 Kali	2 Kali	3 Kali	>4 Kali

Sumber: Data diolah 2019

Dari tabel 4.1 di atas menunjukkan bahwa statistik deskripsi dibawah ini digunakan sebagai dasar untuk menguraikan kecenderungan jawaban responden dari tiap-tiap variabel. Variabel terikat yaitu Pengguna Gojek (Y) dan variabel bebas CRM (X1), Tarif Transportasi Gojek (X2).

B. Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioner

Penelitian ini dilakukan pada Pengguna Gojek yang berada di wilayah Kota Bekasi. Penelitian ini mengukur apakah ada pengaruh yang signifikan antara variabel CRM dan Tarif terhadap Pengguna Transfortasi Gojek di Kota Bekasi. Objek penelitian ini adalah Pengguna Gojek di wilayah Kota Bekasi. Penyebaran kuesioner ini dilakukan pada bulan Mei sampai Juni 2019. Rincian kuesioner dalam penelitian ini disajikan dalam tabel berikut ini :

Tabel 4.2
Proses Penyebaran dan Penerimaan Kuesioner

Responden	Jumlah	Persentase
Kuesioner yang di sebar	75	100 %
Kuesioner yang dapat di olah	75	100 %
Kuesioner kembali namun tidak dapat di olah	0	0 %
Kuesioner yang tidak kembali	0	0 %

Sumber : Data diolah 2019

Tabel 4.2 diatas menunjukkan bahwa kuesioner yang dibagikan kepada responden sebanyak 75 kuesioner, dengan tingkat pengembalian sebesar 100 %.

1. Identitas Responden

Dalam penelitian ini karakteristik yang ingin diketahui adalah Jenis Kelamin, Usia, Tingkat Pendidikan dan Pekerjaan. Untuk lebih jelasnya mengenai diri responden dapat dilihat pada karakteristik berikut ini..

a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel dibawah ini menyajikan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.

Yang dibagikan kepada masyarakat umum di Wilayah Kota Bekasi dan sekitarnya.

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	40	53%
Perempuan	35	47%
Total	75 orang	100%

Sumber : Kuisisioner, 2019

Berdasarkan tabel 4.3 diatas mengenai karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, penelitian ini mendapatkan hasil bahwa persentase Pengguna Gojek di Wilayah Kota Bekasi antara laki-laki dan perempuan, yaitu laki-laki 53% dan perempuan 47 %.

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4.4 ini menyajikan karakteristik responden berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
Pelajar/Mahasiswa	20	27%
Wirausahawan	10	13%
Pegawai Swasta	30	40%
Pegawai Negeri	15	20%
Total	75 orang	100%

Sumber : Kuesioner, 2019

Berdasarkan tabel 4.4 diatas menunjukkan pekerjaan Pengguna Gojek di Wilayah Kota Bekasi. Pelajar/Mahasiswa sebanyak 27 % dan Wirausahawan sebanyak 13 %. Pegawai Swasta yaitu sebanyak 40 %, Pegawai Negeri Sipil yaitu sebanyak 20. Hasil menunjukkan bahwa Pengguna Gojek yang mendominasi adalah Pegawai Swasta di Bekasi.

c. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir

Tabel 4.5 ini menyajikan karakteristik responden berdasarkan Pendidikan Terakhir.

Tabel 4.5
Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
SLTA	25	33%
D-3	30	40%
S-1	15	20%
S-2	5	7%
Total	75 orang	100%

Sumber : Kuesioner, 2019

Berdasarkan tabel 4.5 diatas memperlihatkan persentase responden berdasarkan tingkat pendidikan yang menggunakan Gojek di Kota Bekasi. Pendidikan yang terbanyak adalah lulusan D3 yaitu sebanyak 40%, Jumlah pendidikan SLTA yaitu 33 % dan Jumlah pendidikan S2 yaitu 7 %. Pendidikan S1 sebanyak 20 %, Hal ini menunjukkan bahwa standar pendidikan D3 yang paling banyak mobilitasnya untuk menggunakan Gojek di Bekasi.

d. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pemakaian Gojek

Tabel 4.6 berikut menyajikan karakteristik responden berdasarkan Frekuensi Pemakaian Gojek.

Tabel 4.6
Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Gojek

Frekuensi Penggunaan Gojek	Jumlah	Persentase
1 Kali	2	3%
2 Kali	3	4%
3 Kali	15	20%
4 Kali	25	33%
5 Kali	30	40%
Total	75 orang	100%

Sumber : Kuesioner, 2019

Berdasarkan tabel 4.6 diatas dapat diketahui bahwa, Frekuensi Penggunaan Gojek jumlah responden Penggunaan Gojek yang paling sering 5 kali sejumlah 30 orang, 4 kali sejumlah 25 orang, 3 kali sejumlah 15 orang, 2 kali sejumlah 3 orang dan hanya 1 kali sejumlah 2 orang. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Gojek di Kota Bekasi sangat disenangi karena berdasarkan tingkat keseringan (5 kali) sejumlah 30 orang.

C. Uji Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (mean), standar deviasi, varian, maksimum, minimum, sum, range, kurtosis dan skewness (kemencengan distribusi).

Hasil Uji Statistik Deskriptif Descriptive Statistics

Tabel 4.7	N	Range	Minimum	Maximum	Mean		Std. Deviation	Variance
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic	Statistic
CRM	75	17	23	40	32.89	.528	4.570	20.880
TARIF	75	21	29	50	41.04	.625	5.416	29.336
PENGGUNA GOJEK	75	20	30	50	40.45	.571	4.949	24.494
Valid N (listwise)	75							

Sumber :Data primer yang diolah, 2019

Tabel 4.7 Menjelaskan bahwa jawaban dari responden variabel independensi CRM *minimum* sebesar 23, *maximum* sebesar 40, *mean* (rata-rata) sebesar 32, *standart deviation* 4.570. N sebesar 75. independensi Tarif *minimum* sebesar 29, *maximum* sebesar 50, *mean* (rata-rata) sebesar 41, *standart deviation* 5.4160. N sebesar 75. dependen Pengguna Gojek *minimum* sebesar 23, *maximum* sebesar 50, *mean* (rata-rata) sebesar 38.13, *standart deviation* 4.978 N sebesar 75.

D. Uji Kualitas Data Kuisoner

1. Uji Validitas

Uji Validitas ini dilakukan untuk mengetahui keabsahan dari kuesioner. Keabsahan disini mempunyai arti kuesioner yang digunakan mampu mengukur apa yang seharusnya di ukur. Kuesioner dapat dikatakan valid, apabila jawaban seseorang terhadap pertanyaan yang terdapat dalam kuesioner tersebut adalah konsisten secara terus menerus.

Uji validitas dapat dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel. Nilai r hitung diambil dari output SPSS (*statitical Product and Service Solution*) Pengujian validitas menggunakan program SPSS dengan metode *Pearson Correlation*, yaitu mengkorelasikan tiap item dengan skor total item kuisioner.Dasar pengambilan keputusan uji validitas sebagai berikut:

- a. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka butir pertanyaan dinyatakan valid.
- b. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka butir pertanyaan dinyatakan tidak valid.

Untuk nilai r tabel diambil dengan menggunakan rumus $df = n - 2$. Yaitu $df = 25 - 2 = 23$, sehingga r tabel sebesar 0.352. Kuesioner dapat dikatakan valid jika hasil uji validitas kuesioner memiliki nilai r hitung lebih besar dibandingkan dengan nilai r tabel. Untuk hasil yang lengkap dari uji validitas terdapat pada tabel berikut.

Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas CRM (X1)

Korelasi antara	R Hitung	R Tabel	Keterangan
P1	0,745	0,227	Valid
P2	0,811	0,227	Valid
P3	0,753	0,227	Valid
P4	0,710	0,227	Valid
P5	0,832	0,227	Valid
P6	0,774	0,227	Valid
P7	0,758	0,227	Valid
P8	0,732	0,227	Valid

Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas TARIF (X2)

Korelasi antara	R Hitung	R Tabel	Keterangan
P1	0,700	0,227	Valid
P2	0,728	0,227	Valid
P3	0,807	0,227	Valid
P4	0,559	0,227	Valid
P5	0,760	0,227	Valid
P6	0,721	0,227	Valid
P7	0,831	0,227	Valid
P8	0,850	0,227	Valid
P9	0,779	0,227	Valid
P10	0,692	0,227	Valid

Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas PENGGUNA GOJEK (Y)

Korelasi antara	R Hitung	R Tabel	Keterangan
P1	0,704	0,227	Valid
P2	0,740	0,227	Valid
P3	0,688	0,227	Valid
P4	0,684	0,227	Valid
P5	0,612	0,227	Valid
P6	0,728	0,227	Valid
P7	0,458	0,227	Valid
P8	0,442	0,227	Valid
P9	0,803	0,227	Valid
P10	0,797	0,227	Valid

Sumber :Data primer yang diolah, 2019

Dari tabel 4.8 di atas dapat dilihat bahwa pernyataan variabel yang diuji dapat disimpulkan bahwa setiap butir pertanyaan dari setiap variabel dalam penelitian ini dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji realibilitas merupakan uji kehandalan yang digunakan untuk mengetahui seberapa jauh sebuah alat ukur dapat diandalkan. Pengujian reliabilitas terhadap seluruh item pertanyaan yang ada dalam penelitian ini menggunakan metode *cronbach alpha* (*koefisien alpha cronbach*), Metode ini digunakan untuk mencari reliabilitas instrumen yang skornya merupakan rentangan dari beberapa nilai atau berbentuk skala. Dasar untuk pengujian reliabilitas adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$, maka kuesioner yang diuji dinyatakan reliabel.
- b. Jika nilai *Cronbach Alpha* $< 0,60$, maka kuesioner yang diuji dinyatakan tidak reliabel.

Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas

Item-Total Statistics CRM

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1	36.32	20.085	.620	.840
P2	36.49	19.605	.659	.836
P3	36.36	19.477	.581	.843
P4	36.69	19.621	.579	.843
P5	36.48	20.848	.515	.848
P6	36.47	20.009	.652	.838
P7	36.45	21.494	.315	.867
P8	36.19	21.857	.313	.864
P9	36.32	19.275	.740	.830
P10	36.31	19.270	.733	.830

Sumber :Data primer yang diolah, 2019

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1	28.89	16.043	.649	.887
P2	28.65	15.986	.744	.878
P3	28.83	16.983	.684	.885
P4	28.77	16.745	.618	.889
P5	28.95	14.943	.755	.877
P6	28.89	15.745	.684	.884
P7	28.76	16.293	.675	.884
P8	28.51	17.037	.657	.887

Pengguna Gojek

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1	36.96	24.444	.623	.903
P2	36.92	24.588	.663	.901
P3	36.97	23.675	.754	.895
P4	36.72	25.583	.460	.912
P5	36.89	24.124	.697	.899
P6	36.92	23.696	.637	.903
P7	36.79	23.386	.782	.893
P8	36.83	23.064	.805	.892
P9	37.19	23.343	.711	.898
P10	37.17	24.118	.605	.904

Tabel 4.9 menunjukkan nilai *cronbach's alpha* atas variabel, CRM sebesar 0,867 Tarif sebesar 0,889 dan Minat Pengguna Gojek sebesar 0,904. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pernyataan dalam kuesioner ini reliabel karena mempunyai nilai *cronbach's alpha* lebih dari 0,6. Hal ini menunjukkan bahwa setiap item pertanyaan yang digunakan akan mampu memperoleh data yang konsisten yang berarti bila pernyataan itu diajukan kembali akan diperoleh jawaban yang relatif sama dengan jawaban sebelumnya.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas digunakan untuk mengetahui apakah sampel dari populasi yang berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas digunakan untuk mengukur data berskala ordinal, interval, ataupun rasio. Dalam uji normalitas ini menggunakan uji *liliefors* dengan melihat nilai signifikansi pada *kolmogorov - smirnov*. Kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai Signifikansi (Asym Sig 2 tailed) > 0,05, maka data berdistribusi normal.
- 2) Jika nilai Signifikansi (Asym Sig 2 tailed) < 0,05, maka data tidak berdistribusi normal.

Tabel 4.10. Hasil Uji Normalitas Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	7.901	2.515		3.141	.002
CRM	.349	.112	.322	3.124	.003
TARIF	.514	.094	.562	5.453	.000
	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N

Predicted Value	31.68	47.53	40.45	4.149	75
Residual	-8.158	4.851	.000	2.698	75
Std. Predicted Value	-2.114	1.707	.000	1.000	75
Std. Residual	-2.983	1.774	.000	.986	75

a. Dependent Variable: PENGGUNA GOJEK

Hasil dari uji normalitas dengan menggunakan program SPSS 24 adalah sebagai berikut :

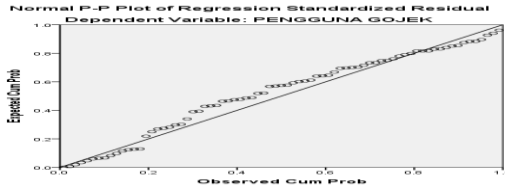
Tabel 4.10. Hasil Uji Normalitas Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	31.68	47.53	40.45	4.149	75
Std. Predicted Value	-2.114	1.707	.000	1.000	75
Standard Error of Predicted Value	.316	1.014	.525	.156	75
Adjusted Predicted Value	31.81	47.51	40.44	4.150	75
Residual	-8.158	4.851	.000	2.698	75
Std. Residual	-2.983	1.774	.000	.986	75
Stud. Residual	-3.043	1.795	.003	1.005	75
Deleted Residual	-8.493	4.966	.016	2.801	75
Stud. Deleted Residual	-3.238	1.823	-.003	1.022	75
Mahal. Distance	.002	9.191	1.973	1.942	75
Cook's Distance	.000	.127	.013	.022	75
Centered Leverage Value	.000	.124	.027	.026	75

a. Dependent Variable: PENGGUNA GOJEK

Sumber: Olah Data SPSS

Uji Normalitas juga dapat dilihat dari model P-Plot yang dihasilkan, yaitu sebagai berikut:



Sumber: Olah Data SPSS

Jika dilihat dari gambar 4.10 di atas yang merupakan hasil pengujian normalitas dengan P-Plot menunjukkan bahwa data menyebar di sekitar garis diagonal, yang berarti gambar tersebut memperkuat asumsi normalitas dari data.

4. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4.11 Uji Heteroskedastisitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.901	2.515		3.141	.002
	CRM	.349	.112	.322	3.124	.003
	TARIF	.514	.094	.562	5.453	.000

Uji heteroskedastisitas menguji sama atau tidak varians dari residual dari observasi yang satu dengan observasi yang lain. Jika residualnya mempunyai varian yang sama, maka disebut terjadi homokedastisitas, dan jika variannya tidak sama atau berbeda disebut terjadi heteroskedastisitas. Tidak terjadi heteroskedastisitas jika pada scatterplot titik-titik hasil pengolahan data lewat program SPSS antara ZPERD (sumbu X = Y hasil prediksi) dan SRESID (sumbu Y = Y prediksi - Y riil) menyebar di bawah ataupun di atas titik origin (angka 0) pada sumbu Y dan tidak mempunyai pola yang teratur.

5. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi

korelasi di antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol.

Multikolinieritas dilakukan dengan membandingkan nilai toleransi (tolerance value) dan nilai variance inflation factor (VIF) dengan nilai yang disyaratkan. Nilai yang disyaratkan bagi nilai toleransi adalah lebih besar dari 0,01, dan untuk nilai VIF kurang dari 10. Variabel bebas mengalami multikolinieritas jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan $VIF_{hitung} > VIF_{tabel}$. Variabel bebas tidak mengalami multikolinieritas jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan $VIF_{hitung} < VIF_{tabel}$. Nilai cutoff yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai toleransi < 0.10 atau sama dengan nilai $VIF > 10$. Hasil dari uji multikolinieritas dengan menggunakan program SPSS 24 adalah sebagai berikut

Tabel 4.12 Hasil Analisis Multikolinearitas

Residuals Statistics					
	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	31.68	47.53	40.45	4.149	75
Std. Predicted Value	-2.114	1.707	.000	1.000	75
Standard Error of Predicted Value	.316	1.014	.525	.156	75
Adjusted Predicted Value	31.81	47.51	40.44	4.150	75
Residual Std.	-8.158	4.851	.000	2.698	75
Residual Stud.	-2.983	1.774	.000	.986	75
Residual Deleted	-3.043	1.795	.003	1.005	75
Residual Deleted Stud.	-8.493	4.966	.016	2.801	75
Residual Deleted Mahal.	-3.238	1.823	-.003	1.022	75
Distance	.002	9.191	1.973	1.942	75
Cook's Distance	.000	.127	.013	.022	75
Centered Leverage Value	.000	.124	.027	.026	75

Data primer yang diolah, 2019

a. Dependent Variable: PENGGUNA GOJEK

Karena nilai VIF lebih rendah dari persyaratan (<10) maka dapat disimpulkan bahwa analisis regresi linier ganda tidak memiliki masalah multikolinearitas yang berarti bahwa

model yang dikembangkan sudah tepat.

6. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linier ada korelasi antar kesalahan pengganggu pada periode (t) dengan kesalahan pada periode sebelumnya (t - 1). Uji autokorelasi dilakukan untuk mengidentifikasi apakah terdapat autokorelasi antara error yang terjadi antar periode yang diujikan dalam model regresi. Untuk mengetahui ada tidaknya autokorelasi harus dilihat nilai uji Durbin-Watson.

Hasil dari uji Autokorelasi dengan menggunakan program SPSS 24 adalah sebagai berikut :

Tabel 4.13 Hasil Analisis Autokorelasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.838 ^a	.703	.695	2.735	2.210

a. Predictors: (Constant), TARIF, CRM

b. Dependent Variable: PENGGUNA GOJEK

Berdasarkan tabel 4.13, yaitu hasil uji autokorelasi dengan menggunakan uji Durbin-Watson. Nilai Durbin-Watson hasil perhitungan diperoleh nilai Durbin Watson sebesar 2,210 Berdasarkan kategori yang ada, nilai Durbin-Watson termasuk dalam range $1 < DW (2,210) < 4$ yang berarti tidak terjadi autokorelasi. Hal ini dapat disimpulkan bahwa analisis regresi linier ganda yang dilakukan tidak memiliki masalah autokorelasi. Oleh karena itu analisis regresi linier dapat dilanjutkan.

7. Uji Linearitas

Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas dengan variable terikat memiliki hubungan linier atau tidak. Kriteria yang diterapkan untuk pengujian linieritas adalah nilai signifikansi pada masing-masing variabel bebas lebih besar dari pada nilai taraf signifikansi

Deviation from Linearity 0,05 maka hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat adalah linier.

Tabel 4.14. Hasil Uji Linearitas
ANOVA Table

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
PENGGUNA A GOJEK * CRM	Between(Combined)	1166.977	17	68.646	6.061	.000
	Groups Linearity	1051.469	1	1051.469	92.833	.000
	Deviation from Linearity	115.509	16	7.219	.637	.840
	Within Groups	645.610	57	11.326		
Total		1812.587	74			

ANOVA Table

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
PENGGUNA GOJEK * TARIF	Between(Combined)	1280.995	17	75.353	8.080	.000
	Groups Linearity	1200.924	1	1200.924	128.769	.000
	Deviation from Linearity	80.071	16	5.004	.537	.916
	Within Groups	531.592	57	9.326		
Total		1812.587	74			

Sumber: Olah Data SPSS

Berdasarkan hasil uji linieritas pada tabel tersebut dapat diketahui bahwa kedua variabel independen di atas memiliki nilai signifikansi *Deviation from Linearity* lebih besar dari 0,05 sehingga hal ini menunjukkan variabel penelitian memiliki hubungan linier.

E. Uji Statistik

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari variabel bebas atau variabel independen terhadap variabel terikat atau dependen. Berdasarkan perhitungan analisis regresi linier berganda yang dilakukan melalui uji statistik dengan menggunakan program SPSS versi 24, didapatkan hasil berikut ini.

**Tabel 4.15. Analisis Regresi Linier Berganda
Coefficients^a**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.901	2.515		3.141	.002
	CRM	.349	.112	.322	3.124	.003
	TARIF	.514	.094	.562	5.453	.000

a. Dependent Variable: PENGGUNA GOJEK

Sumber: Olah Data SPSS

Berdasarkan tabel 4.15 diatas, maka diperoleh persamaan regresi sebagai berikut $Y = 7,901 + 0,349 X_1 + 0,514 X_2 + e$ yang memiliki arti bahwa:

- Konstanta = 7,901
- Jika variabel CRM dan Tarif diasumsikan tidak ada, maka Pengguna Gojek memiliki nilai sebesar 7,901
- Koefisien CRM (X_1)

Nilai koefisien CRM sebesar 0,349. Berarti jika setiap terjadi kenaikan 1 nilai CRM, maka akan diikuti juga dengan kenaikan nilai Pengguna Gojek sebesar 0,349.

- Koefisien Tarif (X_2)

Nilai koefisien Tarif sebesar 0,514. Berarti jika setiap terjadi kenaikan 1 nilai Tarif, maka akan diikuti juga dengan kenaikan nilai Pengguna Gojek sebesar 0,514.

F. Uji Hipotesis

1. Uji Parameter Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (CRM dan Tarif) berpengaruh secara bersama-sama dan signifikan atau tidak terhadap variabel dependen (Pengguna Gojek). Pengujian ini menggunakan tingkat signifikansi sebesar α (0,05), dengan hipotesis yang menyatakan:

H_0 : CRM dan Tarif Transportasi secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap Minat Pengguna Gojek Online di Kota Bekasi

H_a : CRM dan Tarif Transportasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap Minat Pengguna Gojek Online di Kota Bekasi

Dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

- a. Pengambilan keputusan berdasarkan nilai probabilitas
 - 1) Jika signifikan $< 0,05$ maka H_0 ditolak, H_a diterima.
 - 2) Jika signifikan $> 0,05$ maka H_0 diterima, H_a ditolak
- b. Pengambilan keputusan berdasarkan nilai F hitung
 - 1) Jika F hitung $> F$ tabel, maka H_0 ditolak, H_a diterima.
 - 2) Jika F hitung $< F$ tabel, maka H_0 diterima, H_a ditolak.

Pengujian dilakukan dengan pengolahan data menggunakan program SPSS. Hasil uji F (simultan) dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.16. Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1273.925	2	636.963	85.139	.000 ^b
Residual	538.661	72	7.481		
Total	1812.587	74			

a. Dependent Variable: PENGGUNA GOJEK

b. Predictors: (Constant), TARIF, CRM

Sumber: Olah Data SPSS

Dari tabel 4.16 di atas, dapat dilihat bahwa nilai signifikansinya sebesar 0,000 yaitu kurang dari 0,05, yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Jika berdasarkan nilai F, maka diketahui F hitungnya sebesar 85.139, sedangkan F tabelnya ditentukan dengan rumus $(k ; n - k)$, yang mana k (variabel independen) = 2, lalu n (jumlah sampel) = 75, maka didapatkan hasil (2 ; 73). Berdasarkan data tersebut, diketahui F tabelnya yaitu 3,122. Karena $85.139 > 3,122$, maka sudah dapat dipastikan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, yang artinya dalam penelitian ini variabel CRM dan Tarif secara bersama-sama berpengaruh terhadap Pengguna Gojek Online di Kota Bekasi.

2. Uji Parameter Individual (Uji t)

Uji ini pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh secara parsial antara variabel independen dalam menjelaskan suatu variasi variabel dependen, untuk menguji pengaruh masing-masing variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini secara parsial digunakan uji t dengan tingkat signifikansi 0,05, dengan dasar pengambilan keputusan yaitu:

- a. Pengambilan keputusan berdasarkan nilai probabilitas
 - 1) Jika signifikan $< 0,05$ maka H_0 ditolak, H_a diterima.
 - 2) Jika signifikan $> 0,05$ maka H_0 diterima, H_a ditolak.
- b. Pengambilan keputusan berdasarkan nilai t hitung
 - 1) Jika t hitung $> t$ tabel, maka H_0 ditolak, H_a diterima.
 - 2) Jika t hitung $< t$ tabel, maka H_0 diterima, H_a ditolak.

Pengujian dilakukan dengan pengolahan data menggunakan program SPSS. Hasil uji t (parsial) dapat dilihat pada tabel berikut.

**Tabel 4.17. Hasil Uji t (Parsial)
Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	7.901	2.515		3.141	.002
CRM	.349	.112	.322	3.124	.003
TARIF	.514	.094	.562	5.453	.000

a. Dependent Variable: PENGGUNA GOJEK

Sumber: Olah Data SPSS

Dari tabel 4.17 di atas, dapat dilihat bahwa untuk variabel CRM (X_1) diperoleh nilai t hitung sebesar 3.124 dan t tabelnya diambil dengan rumus $(\alpha/2 ; n - k - 1$ atau deresidual), yang mana $\alpha = 0,05$, lalu n (jumlah sampel) = 75 dan k (variabel independen) = 2, maka didapatkan hasil (0,025 ; 72). Berdasarkan data tersebut, diketahui t tabelnya yaitu 1.993, yang berarti t hitung 3.124 > t tabel 1.993, dengan nilai signifikan $0,003 < 0,05$. Maka disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti secara parsial CRM (X_1) berpengaruh signifikan dan positif terhadap Pengguna Gojek Online (Y).

Kemudian untuk variabel Tarif (X_2) diperoleh t hitung sebesar $5.453 > 1.993$ (t tabel), dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Maka disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti secara parsial Tarif (X_2) berpengaruh signifikan dan positif terhadap Pengguna Gojek Online (Y).

3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Dalam analisis regresi diperlukan juga untuk melihat berapa persen dari variasi variabel dependen dapat diterangkan oleh variasi independen. Untuk itu digunakan koefisien determinasi (R^2). Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Apabila nilai koefisien mendekati angka nol, maka kemampuan variabel independen di dalam

mempengaruhi variabel dependen di dalam penelitian amat terbatas. Kemudian, apabila nilai koefisien mendekati angka satu, maka kemampuan variabel independen memberikan hampir semua informasi mengenai variabel dependen, artinya variabel independen berpengaruh secara sempurna terhadap variabel dependen.

**Tabel 4.18. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)
Model Summary^b**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.838 ^a	.703	.695	2.735

a. Predictors: (Constant), TARIF, CRM

b. Dependent Variable: PENGGUNA GOJEK

Sumber : Olah Data SPSS

Berdasarkan pada tabel 4.18 di atas, diperoleh nilai *R Square* sebesar 0.703 atau 70 %. Hal ini berarti bahwa 70% variabel Pengguna Gojek Online di Bekasi dapat dijelaskan oleh variasi dari kedua variabel independen, yaitu CRM dan Tarif. Sedangkan sisanya 30% (100 % - 70%) dijelaskan oleh sebab-sebab lain yang ada diluar variabel pada penelitian ini.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. Dampak dari CRM dengan *e-busniess (online)* pada Manajemen Gojek sangat besar dampaknya karena masyarakat pengguna Go-Jek tersebut mendapatkan kenyamanan dan kepuasan pada saat menumpang kendaraan Gojek tersebut.
2. Tarif terhadap Minat Pengguna Gojek.
Setelah diteliti langsung dengan masyarakat pengguna Go-Jek masalah tarif, masyarakat secara rela membayar karena mereka sudah dijemput dari tempat yang diinginkan dan diantar selamat sampai ditujuan dari pada mereka capek berjalan dulu sampai di pangkalan Ojek lama.
3. CRM dan Tarif secara simultan berpengaruh terhadap Pengguna Gojek karena masyarakat kota sangat peduli terhadap waktu, jadi walau sedikit mahal tarif Go-jek pada waktu jam sibuk yang penting bisa cepat dan tepat waktu (on time).

B. Saran

Saran yang dapat diberikan untuk Pengelolah GO-JEK Kota Bekasi adalah:

1. CRM sebaiknya jangan hanya direalisasikan kepada Pengguna Gojek tapi kepada Masyarakat luas.
2. Tarif Gojek sebaiknya bisa dikurangi agar masyarakat lebih bertambah memakai jasa transfortasi Gojek.
3. Bisnis Gojek bisa dikembangkan atau diseminasi kepada sektor-sektor bisnis yang lain.
4. Hasil Penelitian ini bisa menjadi pusat pembelajaran bagi yang berminat menekuni bisnis Gojek atau semacamnya.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Alipour, M.Mohammadi, M.H (2011,April) *"The Effect of Customer Relationship Management On Achieving Competitive Advantage of Manufacturing Tractor*, Global Journal of Management and Business Research,11 (5) 26-36.
- [2] Abdullateef, A.O., Mokhtar, S.S., Yusoff, R.Z. (2010), *The impact of CRM Dimensions on Call Center Performance*. International Journal of Computer Science and Network Security, 10(12), 184-195.
- [3] Barnes, James G, (2003), *"Secrets of Customer Relationship Management"*, edisi Bahasa Indonesia Penerbit ANDI, diterjemahkan oleh Andreas Winardi, Spd, Jogjakarta.
- [4] Dutu, C., Halmajan, H. (2011), *The Effect of Organizational Readiness on CRM and Business Performance*. International Journal of Computers, 1(2), 106-114.
- [5] Douglas. M. Lambert, (2010), *CRM as a business process*, Journal of business & Industrial Marketing.
- [6] Gordon, Ian. (2002). *Best Practices: Customer Relationship Management* Ivey Business Journal.
- [7] Piskar, F., Faganel, A. (2009), *A Successful CRM Implementation Project in a Service Company: Case Study*. Journal of Management, Informatics and Human Resources, 42(5) 199-208.
- [8] Ruslan, Rusady. 2006. *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Bandung PT. Remaja Rosdakarya
- [9] Schutz, Alfred dalam John Wild dkk. 1967. *The Phenomenology of the Social World*. Illinois : Northon University Press
- [10] Soemirat, Soleh dan Elvinaro Ardianto. 2002. *Dasar-dasar Public Relations*. Bandung PT.

Remaja RosdaKarya.

- [11] Reimann, M., Schilke, O., Thomas, J. (2010), *Customer relationship management and firm performance: the mediating role of business strategy*. Journal of the Academy Marketing Science, 38, 326–346.
- [12] Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&D*. Bandung :Alfabeta

LAMPIRAN 1 Foto dilapangan



Keterangan foto :

1. Bpk. Matdio Siahaan-Ketua
2. Bpk Indra Lubis – Anggota
3. Bpk Ridwan – Anggota
4. Gojek On-Line



Keterangan foto :

1. Bpk Matdio Siahaan-Ketua
2. Bpk Ridwan – Anggota
3. Pengguna Gojek On-Line

LAMPIRAN 2 Kuesioner Penelitian



KUESIONER PENELITIAN “PENGARUH CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) DAN TARIF INDUSTRI JASA TERHADAP MINAT PENGGUNA TRANSPORTASI GO-JEK DI KOTA BEKASI.

Kepada
Yth; Bapak/Ibu/Sdr/Sdri
Responden
di
Tempat

Dengan hormat,

Bersama ini kami adalah Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Saat ini kami sedang mengadakan kegiatan penelitian yaitu dengan judul “Pengaruh Customer Relationship Management (CRM) dan Tarif Industri Jasa Terhadap Minat Pengguna Transportasi Go-Jek Di Kota Bekasi.

Sehubungan dengan hal tersebut diatas, kami mohon kesediaan dan partisipasi Bapak/Ibu/Sdr/Sdri sebagai Responden, untuk menjawab seluruh pertanyaan dengan sejujur-jujurnya. Pengisian kuesioner ini bertujuan untuk mengembangkan ilmu pengetahuan. Semua jawaban tidak ada yang salah, semua jawaban adalah benar jika sesuai petunjuk pengisian dan keadaan Saudara.

Atas kesediaan dan meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner yang kami lampirkan, kami mengucapkan banyak terima kasih.

1. Petunjuk Pengisian
 - a. Isilah data diri Anda sesuai dengan keadaan yang sebenarnya pada data identitas responden.
 - b. Pilihlah jawaban yang paling tepat menurut Anda dengan

I. Identitas Responden

1. Jenis kelamin :
 1. Laki-laki
 2. Perempuan
2. Pekerjaan
 - a. Pelajar/Mahasiswa
 - b. Pegawai Swasta
 - c. PNS
 - d. Wiraswasta
 - e. Lain-lain
3. Tingkat Pendidikan Terakhir : (Pilih salah satu alternatif jawaban)
 - a. SD
 - b. SMP
 - c. SMA
 - d. D3
 - e. S1 f. S2
 - g. S3
4. Berapa kali saudara menggunakan jasa Go-Jek dalam 6 bulan terakhir :
 - a. < 2 kali
 - b. 2 kali
 - c. 3 kali
 - d. Lebih dari 3 kali

II. Daftar Pertanyaan Berilah tanda (√) pada jawaban yang dianggap paling sesuai dengan keadaan Saudara.

Keterangan:

SS = Sangat Setuju,, **S** = Setuju, **N** = Netral, **TS** = Tidak Setuju,

STS = Sangat Tidak Setuju

1. Kualitas Pelayanan

No Daftar Pertanyaan STS TS N S SS

- a. Menurut saya Gojek menggunakan sepeda motor yang aman untuk dikendarai.
- b. Menurut saya waktu penjemputan yang dilalukan Gojek sesuai dengan jadwal yang diminta pelanggan.
- c. Menurut saya pelayanan dari driver Gojek sopan dan ramah.
- d. Menurut saya perusahaan Gojek memberikan jaminan kepada konsumen apabila terjadi kesalahan/kecelakaan.
- e. Menurut saya Gojek mudah dihubungi pada saat konsumen memerlukan bantuan.

2. Persepsi Tarif

No Daftar Pertanyaan STS TS N S SS

- a. Menurut saya, tarif Gojek terjangkau untuk semua kalangan masyarakat
- b. Menurut saya, pada saat menggunakan jasa Gojek tarif yang ditetapkan sesuai dengan layanan yang diberikan.
- c. Tarif yang ditawarkan Gojek cukup kompetitif dibandingkan dengan ojek online lainnya.
- d. Tarif Gojek sesuai dengan manfaat yang saya harapkan pada saat menggunakannya.
- e. Menurut saya, tarif Gojek yang ditetapkan sesuai dengan Fasilitas yang tersedia.

3. Citra Merek

No. Pertanyaan STS TS N S SS

- a. Gojek selalu bersedia untuk mengantar para pelanggan ke lokasi manapun.
- b. Gojek tetap bersedia menjemput para pelanggan di tempat penjemputan, meskipun pelanggan berada di lokasi jauh.
- c. Kendaraan yang digunakan Gojek memiliki performa yang baik.
- d. Gojek memberikan nilai lebih yaitu keamanan bagi para pelanggan.

- e. Saya mengetahui Gojek melalui aplikasi di Handphone Android, iklan online.

4. Kepuasan Pelanggan

No Pertanyaan STS TS N S SS

- a. Pelayanan yang diberikan Gojek sesuai dengan keinginan saya.
- b. Kinerja pelayanan Gojek yang diterima oleh pelanggan sangat baik.
- c. Pelayanan yang diberikan Gojek cepat dan tepat sesuai dengan permintaan saya
- d. Gojek memberikan kemudahan dalam reservasi online.
- e. Kinerja pelayanan Gojek secara keseluruhan lebih baik dibandingkan dengan lainnya.
- f. Driver Gojek memiliki pengetahuan yang luas tentang daerah yang akan dituju.
- g. Driver Gojek ramah dan mampu memberikan informasi yang diperlukan pelanggan dengan cepat.
- h. Gojek dilengkapi dengan fasilitas yang cukup lengkap bagi para pelanggan, seperti: helm dan jas hujan.
- i. Gojek bertanggung jawab terhadap keluhan pelanggan pasca penggunaan jasa.
- j. Saya merasa puas setelah menggunakan jasa Gojek.

Demikian Kuisisioner ini kami buat dengan seperlunya, atas partisipasi dan kerjasamanya, kami ucapkan terima kasih.

Team Peneliti,

(Matdio Siahaan, SE.,M.M.,CPNNLP.,CLMA)

Ketua

LAMPIRAN 3 Cover Laporan Penelitian

LAPORAN HASIL PENELITIAN



PENGARUH CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT
(CRM) DAN TARIF INDUSTRI JASA TERHADAP MINAT
PENGGUNA TRANSPORTASI GO-JEK DI KOTA BEKASI

DISUSUN OLEH :

Ketua	: Matdio Siahaan, SE.,MM.	NIDN : 0413047002
Anggota	: 1. Ridwan Anwar, SE.,MM.	NIDN : 0315086001
	2. Indra Lubis, SH.,MM.	NIDN : 0321066701

PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

Juni 2020

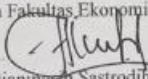
LAMPIRAN 4 Lembar Pengesahan Laporan Hasil Penelitian

**LEMBAR PENGESAHAN
LAPORAN HASIL PENELITIAN**


- 1. Judul Penelitian** : Pengaruh Customer Relationship Management (CRM) dan Tarif Industri Jasa terhadap Minat Pengguna Transportasi Go-Jek di Kota Bekasi
- Bidang Ilmu** : Manajemen
- 2. Ketua Peneliti**
- a. Nama Lengkap : Matdio Siahaan, SE,MM
 - b. Jenis Kelamin : Laki-laki
 - c. NIDN : 0413047002
 - d. Jabatan Fungsional : Lektor
 - e. Jabatan Struktural : -
 - f. Program Studi : Ekonomi Manajemen
- 3. Alamat Ketua Peneliti**
- a. Alamat Kantor : Jl Raya Perjuangan, Kel. Margamulya Bekasi
 - b. Alamat surat (E-mail) : matdio.siahaan@dsn.ubharajaya.ac.id
- 4. Jumlah Anggota Peneliti**: 2 Orang
- Anggota Peneliti : Ridwan Anwar, SE,MM
Indra Lubis, SH,MM
- 5. Lokasi Penelitian** : Kota Bekasi
- 6. Kerjasama dengan Institusi lain**
- a. Nama Institusi : -
 - b. Alamat : -
 - c. Telp/Fax/Email : -
- 7. Waktu Pelaksanaan Penelitian** : Mei – Juli 2019
- 8. Biaya yang diajukan**
- a. Sumber Universitas : Rp. 4.000.000,-
 - b. Sumber lain : -
 - c. Jumlah : Rp. 4.000.000,-

Mengetahui :


Dekan Fakultas Ekonomi


Dr. Istianingsih Sastrodinarjo, M.SAK.
NIP. 1905420

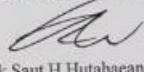
Jakarta, Mei 2020
Ketua Peneliti


Matdio Siahaan, SE, MM
NIP.031505035

Kepala LPPMP


Ir. Juni Thamrin, M.S.c., PhD
NIP. 1908430

Kepala Bidang Penelitian


Erik Saut H Hutahaean, S.Psi., M.Si
NIP. 1504235

LAMPIRAN 5 Surat Pernyataan Ketua Penelitian

Surat Pernyataan Ketua Peneliti/Pelaksana

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Matdio Siahaan, S.E., M.M

NIDN : 0413047002

Pangkat/Golongan : Penata Muda Tingkat I / 3C

Jabatan Fungsional : Lektor

Dengan ini menyatakan bahwa penelitian saya dengan judul:

PENGARUH CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) DAN TARIF INDUSTRI JASA TERHADAP MINAT PENGGUNA TRANSPORTASI GO-JEK DI KOTA BEKASI.

Yang diusulkan untuk tahun anggaran 2019-2020 bersifat original dan belum pernah dibiayai oleh lembaga/sumber dana lain. Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidak sesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku dan mengembalikan seluruh biaya penelitian yang sudah diterima ke Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-benarnya.

Bekasi, Juni 2020

Mengetahui
Kepala Lembaga Penelitian Pengabdian
Kepada Masyarakat dan Publikasi



Ir. Djuni Thamrin, M.Sc., Ph.D
NIP. 1908430

Yang Menyatakan



Matdio Siahaan, S.E., MM
NIP. 031505035



Pengaruh Customer Relationship Management dan Tarif Terhadap Pengguna Transportasi Go-Jek Di Kota Bekasi

Mattia Sihana¹, Rifwan Awaz², Indra Lubis³

^{1,2,3} Fakultas Ekonomi, Universitas Dharmajaya Jakarta Raya,
Jl. Raya Perjuangan, Mangrove Mulya, Bekasi Utara, Jawa Barat 17121.
Email: mattia.sihana@dm.dharmajaya.ac.id, rifwan.awaz@dm.dharmajaya.ac.id, indra.lubis@dm.dharmajaya.ac.id

ABSTRACT

The Gojek phenomenon is becoming popular in Bekasi, due to the development of technology and information in the era of the industrial revolution 4.0, so that the public inevitably user transportation facilities that are increasingly developing, so that competition is very tight the company is trying to improve service and customer satisfaction. The purpose of this research is to be able to analyze the extent of CRM Segmentation with e-business (online) in Gojek Management, as well as Tariffs for Gojek User. This implementation is carried out by taking objects in the area of Bekasi City, West Java Province. Research methods by collecting primary data with a Likert scale questionnaire level 5 scale and interviews with observations to the field. The results of this study are based on population and sample of 75 people, in 2019 showing 40% customer to usage of the gojek to upgrade service to customer sothat business can run well.

Keywords: CRM, Rates, User Go-Jek.

LAMPIRAN 7 Riwayat Penulis

TENTANG PENULIS



Aku, Bodaga Matdio Siahaan, lahir hari, Senin 13 April 1970 di Sitonggi - tonggi, Desa Sibide Timur , Kecamatan Silaen, Kabupaten Tobasa, Sumatera Utara. Bapa St. Ruben Bisara Siahaan (+)/Op. Robin Doli dengan Ibu Etti br Sitorus /Op. Robin Boru. Kami tiga orang bersaudara kandung, dua laki-laki dan satu perempuan. aku anak bungsu. Nomor 14 (empat belas) dari silsilah nenek moyang kami Ompung Somba Debata Siahaan. Istriku Bidan Dorma br Tambunan, AmKeb. Kami mempunyai Empat anak dua laki-laki dan dua perempuan. Anak pertama bernama Elisabeth Dioma br Siahaan,SP dari Universitas Brawijaya, yang kedua Yoshua Nobel Siahaan, SPi dari Universitas Riau, yang ketiga Lusiana Kaisha br Siahaan,STr.AB dari Politeknik Udayana, yang keempat Mori Brainer Christopher Siahaan, kuliah di Universitas Kristen Satya Wacana, Salatiga, Jawa Tengah

WORK EXPERIENCE

6 Juni 2020 -2024 Ketua Badan Audit Ressort HKBP Maranatha Tambun
1 Mei 2020-31 April 2024 Wakil Ketua CUM Anugerah Bekasi
1 April 2016 - 31 April 2020 Ketua Koperasi CUM Anugerah Bekasi
1 April 2016 - 31 April 2020 Ketua Koperasi CUM Anugerah Bekasi
1 April 2016 - 31 April 2020 Auditor Keuangan HKBP Distrik IX Bekasi
1 Maret 2017- 1 April 2018 Manager HRD PT. Hotmal Jaya Perkasa
01 Nop 2011 - 31 Dec 2014 Manager PPIC & Purchase Dept PT. Mesindo Putra Perkasa
01 April 2011 - Oct 2011 Manager PPIC Dept PT Priuk Perkasa Abadi

01 Oct 2010 – Maret 2011 General Manager PT Putra Alam
Teknologi
01-Jul 2010 – Sept 2010 Manager PPIC Dept PT. Arlene Jaya
Mandiri
01 Agt 2002 ~ Jun 2010 Manager Material Control Dept PT.
Yamaha Motor Indonesia
01 Des 2000 ~ 2002 Supervisor TPM Production, PT. Yamaha
Indonesia Motor Mfg
01 Apr 1993 ~ 1999 Staff Maintenance for Ordering Local and
Import Spare Part
01 April 1991 ~ 1993 Quality Control Operator
01 Okt 1989 ~ 1991 Production Operator

ACADEMIC BACKGROUND

POLYTECHNIC GUNA KARYA INDONESIA, BEKASI (Pengantar Akuntansi, Akuntansi Biaya, ,Analisa Laporan Keuangan)

STIE KALPATARU, BEKASI (Anggaran Perusahaan, Akuntansi Biaya, Pasar Uang & Modal, Bank dan Lembaga Keuangan)

STIE TRI BAKTI,BEKASI (Akuntansi Manajemen, Akuntansi Biaya)

STIE INDONESIA, JAKARTA (Akuntansi Biaya, Manajemen Keuangan, SIA)

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA (Pengantar Manajemen, Akuntansi Manajemen, Pengantar Pajak)

UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAYA, BEKASI (Manajemen Keuangan, Akuntansi Biaya, Bank dan Lembaga Keuangan Non Bank, Audit Sektor Publik, SDM, Audit Internal, Kebanksentralan)
Kepangkatan/Golongan : Lektor/Penata Muda Tk I, III-C
SERDOS No : 18103103603807

EDUCATION ;

2006 ~ 2008 Magister Management from UBHARA JAYA, Jakarta, Majoring Financial Management

1992 ~ 1997 STEI Indonesia Jakarta, Majoring Accounting

1986 ~ 1989 Senior High School, SMA Katolik Balige, North
Sumatera

1983 – 1986 Yuniior School, SMPN Silaen

1977-1983 Elementary School, SDN Parpatihan

RESEARCH

1. Pelaksanaan Biaya Standar untuk Pengendalian Biaya Produksi PT. Yamaha Motor di Jakarta.
2. Pengendalian Persediaan Raw Material Wire di PT. Yamah Motor Electronics Indonesia di Bekasi
3. Analisa Perencanaan dan Pengendalian Persediaan Bahan Baku pada PT. HowsanindoIndustry Mfg.
4. Pengaruh CRM dan Tarif bagi Pengguna Gojek di Kota Bekasi 2019
5. Pengaruh Gaya Kepemimpinan Kepala Desa, Kompetensi Aparatur Desa dan partisipasi masyarakat terhadap keberhasilan pembangunan di desa Srimur, Kec Tambun Utara, Kabupaten Bekasi, Jawa Barat, Nopember 2020
6. Analisis laporan Keuangan dalam meningkatkan Kinerja Keuangan pada Koperasi Simpan Pinjam CUM Anugerah, Duren Jaya Bekasi, Maret 2021.
7. Pengaruh Pemanfaatan Sampah terhadap Peningkatan Pendapatan Warga di RW 003 Harapan Baru, Kota Bekasi, Oktober 2021

PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

1. Sosialisasi Kewirausahaan di. Desa Srimukti Bekasi
2. Ekonomi Kreatif Dongkrak Kesejahteraan Keluarga Desa Srimur Bekasi
3. Sosialisasi Manajemen Safety dan Manajemen Resiko di PT. Aryos Logistik
4. Penyuluhan membuat Laporan Keuangan Koperasi Imigrasi Bogor, 2019
5. KKN Tematik II di Desa Lumbang, Sumber Harapan di Kab. Sambas, Kalbar, 2019

6. Kualitas Pembuatan Laporan Keuangan, Akuntansi untuk Usaha Kecil di Desa Sumber Jaya Tambun, Bekasi, 2020
7. Penyuluhan Sistem Penanaman Hidroponik di Desa Teluk Pucung, Bekasi, 2020
8. Sosialisasi Membuat Laporan Keuangan dan Kiat Kewirausahaan di Desa Jati Asih, Bekasi, 2020
9. Pelatihan Pajak E-Filing untuk pelaporan Pajak PPh 21 bagi Masyarakat RT.007/RW 05 Kel. Bahagia, Kec Babelan, Bekasi, Jawa Barat Maret 2021.
1. Edukasi Pembukuan Bisnis UMKM bagi Masyarakat RT.014/RW.06 Desa Babelan Kota, Bekasi, Jawa Barat, 27 Maret 2021.
2. Pelatihan Kewirausahaan dan Laporan Keuangan untuk meningkatkan kesejahteraan keluarga, RT.002/rw.003, Kel. Harapan Baru, Kec Bekasi Utara, Kota Bekasi, April 2021.
1. Pelatihan Pembuatan Laporan Keuangan UKM di RW 020 Sumber Jaya, Tambun Selatan, Bekasi, Jawa Barat, Feb 2022

BUKU

1. Modul Bank dan Lembaga Keuangan Non Bank, 2017
2. Buku Praktikum Akuntansi Biaya, 2017
3. Buku Praktikum Manajemen, 2017
4. Buku Buku Rampai Semangat Publikasi dalam Membangun Negeri, 2017
5. Buku 7 Mutiara Na Arga, 2019
6. Buku Kerja-Kerja-Kerja Maju 2021
7. Buku Ajar Analisis Laporan Keuangan 2021

HKI

1. Modul Kuliah Bank dan Lembaga Keuangan Non Bank No.EC00201857120, 4 Desember 2018
2. Praktikum Akuntansi Biaya No. EC00201857770, 7 Desember 2018
3. Praktikum Akuntansi Manajemen No. EC00202165791, 17 Nopember 2021

4. Buku 7 Mutiha Na Arga No. EC00202165792, 17 NopeseMBER 2021
5. Buku Analisis Laporan Keuangan No. EC00202165793, 17 NopeseMBER 2021

JURNAL LOKAL

1. Evaluation of Internal Control to Salary in PT. X at Bekasi, 2020, KIA VII, UBJ
2. Meningkatkan Daya Saing Sektor Riel Di Era Masyarakat Ekonomi Asean *Jurnal Riset Ekonomi Dan Manajemen* 16 (2), 275-286
3. Diseminasi Teknologi Produksi Site Sambas Di Desa Lumbang, *Jurnal Abdimas (Pengabdian Kepada Masyarakat) Ubj* 2 (2)
4. Analisis Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Tiket Pada PT. XYZ Tours & Travel" MPU *PROCURATIO* 1 (1 April), 32-39
5. Penerapan Penghitungan Pajak Dan Pencatatan Serta Pelaporan Pajak Bumi Dan Bangunan Apartemen X. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT* 3 (1), 121-134
6. Peran Akuntan Dalam Mewujudkan Sustainable Development Goals Di Era Ekonomi Digital Pada KIA-V. *Konfrensi Ilmia Akuntansi - V*
7. Kewirausahaan Ekonomi Kreatif Dongkrak Kesejahteraan Keluarga Matdio Siahna, S.E., M.M, Ridwan Anwar, S.E., M.M, Indra Lubis, S.H, *Surat Kabar Amunisi, Siup Nomor ; 03452-03/Pk/1.824.271*
8. Strategi Pembangunan Ekonomi Dengan Modernisasi Pertanian Dan Industrialisasi. *Semangat Publikasi Dalam Membangun Peradaban Negeri 1 (Wade)*, 202-226 (25)
9. Inovasi Teknologi dan Kewirausahaan Dalam Memperkuat Daya Saing Bangsa, *Seminar Multi Displin Ilmu oleh Universitas Tujuh Belas Agustus 1945 (UNTAG) Surabaya.*
10. Meningkatkan Daya Saing Bangsa Melalui Pendidikan Kreatif, *Pusat Kajian Ilmu Ekonomi (PUSKANOMI)*

11. Dampak Pandemi Covid-19 terhadap Dunia Pendidikan, Jurnal Karya Ilmiah Ubhara Jaya, 2019
12. Analisis Kinerja Keuangan Menggunakan Analisis Ratio dan DUPONT System pada PT. Unilever Indonesia tahun 2015-2016 di MPU PROCURATIO- Jurnal Penelitian Manajemen 2020
13. Analisis Efektifitas Pelaksanaan Pemeriksaan Pajak dalam Upaya Meningkatkan Target Penerima Pajak di MPU PROCURATIO - Jurnal Penelitian Manajemen, 2020, MPU Tantular.
14. Analysis of Control Raw Material Inventories Using EOQ method in PT. Sigma Indonesia Mfg diterbitkan oleh Jurnal Ilmiah Management Judicious Vol 1 No.2 2020, pada Desember 2020.
15. Sosialisasi Kiat Penanaman dan Pemasaran Hidroponik untuk meningkatkan pendapatan keluarga kelurahan Teluk Pucung kecamatan Bekasi Utara-Kota Bekasi, diterbitkan pada Jurnal Abdimas UBJ Volume 4 No.1 (2021) Januari 2021.
16. Pengaruh Kinerja Keuangan dan Risiko terhadap Return saham pada perusahaan Consumer Goods Industry yang terdaftar di bursa efek Indonesia periode 2016-2029, diterbitkan oleh GoodWill : Jurnal Penelitian Akuntansi, Vol.3 No.1 Juni 2021, Hal.311-320.
17. Upaya peningkatan pendapatan rumah tangga untuk kesejahteraan keluarga Sakinah pada Desa Srimukti, Kec. Tambun Utara, Kab. Bekasi, Jawa Barat, Journal of Community Service Consortium, Vol.2.No.1 tahun 2021.
18. Penyuluhan masyarakat kewirausahaan dibidang ekonomi kreatif untuk meningkatkan kesejahteraan keluarga desa Sriamur, Kec. Tambun Utara, Kab. Bekasi, Jawa Barat Jurnal Dedikasi, LL Dikti 3, Jakarta 2022

JURNAL INTERNASIONAL

1. Effect Of Company Size, Profitability And Solvability Of Delay Audit. SRA Matdio Siahaan, International Journal Of Scientific Research In Science And Technology (IJSRST), 2018

2. The Effect Of Transformational Leadership Dimensions on Job Satisfaction and Organizational Commitment: Case Studies in Private University Lecturers, *Journal Solid State Technology (SST)* Paper ID : ARDA JOURNAL_12216, SCOPUS Q-4
3. Oil Price and Leverage for Mining Sector Companies in Indonesia, *International Journal of Energy Economics and Policy (IJEEP)*, Vol.11 Issue 4,2021, terindeks scopus Q-2.
4. The effect of the Covid 19 Virus and Online Learning on English subjects in Junior High School, *Journal of Innovation and Knowledge*, Vol.1 No.2, ISSN 2798-3471 (Cetak),ISSN 2798-3641 (Online) Juli 2021.
5. The Influence of credit procedures and quality of service on debtor decisions in credit making (case study at anugrah mega mandiri cooperative Mekarsari Brach), *International Journal of Economy, Education and Entrepreneurship (IJE3)*, Vol.1 No.2, August 2021.
6. The Effect of Productivity and attendance levels on the salaries received by contract workers (Study in Bekasi City education office), *Journal of Industrial Engineering & Management Research (JIEMAR)*, Vol.2 No.4
7. Aplication of drone technology for mapping and monitoring of corn agricultural, *Journal International ICISS 2021* by Institut Bisnis dan Informatika Kesatuan Bogor at 23 December 2021.
8. The Effect of Prices and Promotions on Purchase decisions at Shopee (Case study of Bhayangkara University Jakarta Raya, *Journal of Economy, Education and Entrepreneurship (IJE3)*, Vol.1 No.3, E-ISSN:2798-012X, 2021.
9. Syariah Technology financial potensial to reach non bank financing, *Journal Webology*, ISSN : 1735-188X

ARTIKEL

1. Mengelola Uang Dalam Keluarga
2. Uruslah Keluargamu
3. Hantu Uang
4. Planning Is Priority

5. Hidup Humble Walaupun Banyak Uang
6. Menerima Gaji Atau Menggaji Diri Sendiri
7. Sampah Bekas Bernilai Uang
8. Persiapan Keuangan Dimasa Tua Untuk Hidup Bahagia, Surat Kabar Pelita Rakyat, Edisi 469/Tahun XIII/11-17 Maret 2019
9. Cerdas Mengelola Keuangan di tengah Wabah Covid-19. Media Merdeka, Edisi khusus Mei/tahun XVI 2020
10. Investasi tidak sengaja, Pelita Rakyat Edisi;555/tahun XVI/15-21 Maret 2021
11. Kapan Mengajar Anak untuk Menabung, Pelita Rakyat Edisi;558/tahun XVI/5 April-11 April 2021
12. Merencanakan keuangan dimasa muda, Pelita Rakyat Edisi;561/tahun XVI/26 April-2 Mei 2021
13. Pengembangan Credit Union, Pelita Rakyat Edisi;569/tahun XVI/28 Juni-4 Juli 2021-1
14. Pengembangan Credit Union, Pelita Rakyat Edisi;570/tahun XVI/5-11 Juli 2021-2
15. Program CSR bukan hanya lip balm perusahaan, Pelita Rakyat, Edisi;572/tahun XVI/16-22 Agustus 2021-1
16. Program CSR bukan hanya lip balm perusahaan, Pelita Rakyat, Edisi;573/tahun XVI/23-29 Agustus 2021-2
17. Anggaran CSR wajib bagi Perusahaan, Pelita Rakyat, Edisi;574/tahun XVI/30 Agustus-05 September 2021
18. CSR untuk pembangunan berkelanjutan (sustainable development), Pelita Rakyat, Edisi;577/tahun XVI/17 September 2021-1
19. CSR untuk pembangunan berkelanjutan (sustainable development), Pelita Rakyat, Edisi;578/tahun XVI/27 Sep- 3 Oktober 2021-2

TRAINING

1. Training Auditor Internal of ISO - 9001 from AIM Consultant on 11-12 Jul 2002
2. Training Auditor Internal of ISO - 14001-2004 by Inhouse PT. YEID
3. Training TPM and 5S of YIMS PT. YIMM

4. Training “ Train the Trainers “ of J. Ravianto & Associates on 23-24 Jun 2001
5. Training “ Supervisory Management “ of Matsushita GEF (YPMG) on 12,13 & 20 Oct 2001
6. Training “ Management P2K3 “ of Depnaker Jakarta Timur
7. Training Born To Win di Lembaga Motivasi & Pendidikan Indonesia on 31 Jan – 1 Feb 2004
8. Training Asuransi 2018 di UKRIDA Jakarta.
9. Training Audit Mutu Internal SPMI 2018 di UBJ Bekasi
10. Training Audit Mutu Internal UBJ 2021 oleh UGM

TEMA TRAINER

1. Production Plan & Inventory Control
2. Warehouse Management.
3. Impletansi 5S & Safety, TPM, ISO
4. Management Procurement
5. Coach and Consulting Man Power
6. Basic Leadership Skill
7. Cerdas Mengelola Uang
8. Manajemen Keuangan Klinik

NARA SUMBER

1. Mengolah data penelitian dengan SPSS&Analisis Jalur,IAIS Sambas, 2019
2. Teknik Penulisan Jurnal di ATAKI, 2019
3. Digitalisasi Keahlian dengan Penulisan Laporan di Adhi Karya, 2019
4. Pengendalian Pemeriksaan Mutu Pekerjaan Konstruksi di Adhi Karya, 2019
5. Statistical Process Control untuk Reduce Cost di PT. Mitra Sinergi , 2020
6. Sosialisasi Pemahaman Laporan Keuangan sesuai dengan Penggunaan Anggaran Negara di LSM Lapan Tipikor Bekasi, 2020
7. The International Conference on Business and Banking Innovations (ICOBBI) by School Business USM Malaysia and

STIE Perbanas Surabaya with Title Increasing the role of Bank Financial Institutions and Non Bank Financial Institutional in Providing Optimal Distribution for Communities during the Covid-19 Pandemic, 2020.

8. Manajemen Keuangan Klinik Masa Pandemic Covid 19-Juli 2021
9. Mengelolah Uang dimasa Muda 2021

ORGANISASI

1. Anggota ISEI No. 0021-020453
 2. Anggota Madya IAI No. 22.008897
 3. Anggota ADI No. 0103799
 4. Anggota NNLP Society No.10132
 5. Anggota Reviewer Ubhara Jaya
 6. Anggota Auditor Mutu Internal (AMI) Ubhara Jaya
 7. Anggota Assesor BSP P1 Ubhara Jaya
- Terimakasih, Salam POS.

Bekasi, 01 Februari 2022

Penulis,

St. Matdio Siahaan, SE., MM, CP. NNLP. CLMA