



INTISARI

Ojek Online (Ojol) telah menjadi salah satu solusi dalam mengatasi masalah pengangguran di berbagai wilayah, termasuk Tangerang Selatan. Fenomena ini tidak terlepas dari perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang memungkinkan terciptanya platform digital untuk jasa transportasi ini. Data dari situs dream.co.id menunjukkan bahwa jumlah pelaku Ojol, terutama dalam aplikasi Gojek, terus bertambah hingga mencapai angka 3,7 juta orang. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan penilaian responden terhadap *Entrepreneurial Self-Efficacy* pada pelaku Ojol di Tangerang Selatan. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif dengan populasi berupa komunitas Ojol di Tangerang Selatan dan sampel sebanyak 100 responden. Responden dipilih secara acak dan diwawancarai menggunakan kuesioner yang dirancang khusus untuk mengukur persepsi mereka terhadap keterampilan dan kemampuan yang relevan dengan aktivitas kewirausahaan dalam konteks Ojol.

Hasil analisis menunjukkan bahwa pelaku Ojol di Tangerang Selatan memiliki tingkat keterampilan yang tinggi dalam mengelola ketidakpastian dan risiko, mengembangkan produk dan inovasi, mengelola jaringan kerja dan pengaruh interpersonal, mengenali peluang pasar, serta mengelola sumber daya dan lingkungan yang inovatif. Mayoritas responden menunjukkan persetujuan terhadap pernyataan-pernyataan yang diberikan dalam kuesioner, mengindikasikan bahwa mereka memiliki keyakinan diri yang kuat dalam menjalankan aktivitas kewirausahaan. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa pelaku Ojol memiliki peran yang signifikan dalam menghadapi kompleksitas bisnis dan mendorong pertumbuhan ekonomi di Tangerang Selatan. Mereka tidak hanya berperan sebagai pengemudi atau pengguna jasa transportasi, tetapi juga sebagai agen perubahan yang aktif dalam membangun ekosistem kewirausahaan yang dinamis di wilayah tersebut. Penelitian ini memberikan wawasan yang berharga bagi pemerintah, pemangku kepentingan bisnis, dan akademisi dalam memahami kontribusi dan tantangan yang dihadapi oleh pelaku Ojol dalam konteks ekonomi lokal yang berkembang pesat.

Kata kunci: Platform digital, Self-efficacy, Ojek Online, Gojek

ABSTRACT

Online Ojek (Ojol) has become one solution in overcoming the problem of unemployment in various regions, including South Tangerang. This phenomenon cannot be separated from the development of information and communication technology which allows the creation of digital platforms for this transportation service. Data from the dream.co.id site shows that the number of Ojol players, especially in the Gojek application, continues to increase until it reaches 3.7 million people. This research aims to explain respondents' assessments of Entrepreneurial Self-Efficacy among Ojol actors in South Tangerang. The research method used was descriptive quantitative with a population of the Ojol community in South Tangerang and a sample of 100 respondents. Respondents were randomly selected and interviewed using a questionnaire specifically designed to measure their perceptions of skills and abilities relevant to entrepreneurial activities in the Ojol context.

The results of the analysis show that Ojol players in South Tangerang have a high level of skill in managing uncertainty and risk, developing products and innovations, managing work networks and interpersonal influence, recognizing market opportunities, and managing innovative resources and environments. Most respondents indicated agreement with the statements given in the questionnaire, indicating that they have strong self-confidence in carrying out entrepreneurial activities. The conclusion of this research is that Ojol actors have a significant role in dealing with business complexity and encouraging economic growth in South Tangerang. They not only act as drivers or users of transportation services, but also as active agents of change in building a dynamic entrepreneurial ecosystem in the region. This research provides valuable insights for government, business stakeholders and academics in understanding the contributions and challenges faced by Ojol actors in the context of a rapidly developing local economy.

Keywords: Digital platform, Self-efficacy, Online Ojek, Gojek