

BAB II

DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

2.1 Sejarah Go-jek Indonesia

Gambar 2. 1
Logo Perusahaan Go-jek



Sumber : go-jek.com

Ide Go-Jek muncul saat CEO Go-Jek, Nadiem Makarim, bercengkrama dengan tukang ojek langganannya. Ternyata lebih dari 70% waktu kerjanya hanya menunggu pelanggan. Nadiem Makarim pun langsung wawancara tukang ojek lainnya, ternyata semuanya mengeluh susah cari pelanggan. apalagi di Jakarta kemacetan makin memburuk. Jika ada layanan transport dan delivery yang cepat dan praktis, pasti akan sangat membantu warga Jakarta. Go-Jek merupakan sebuah perusahaan transportasi asal Indonesia yang melayani angkutan manusia dan barang melalui jasa ojek. Perusahaan ini didirikan pada tahun 2011 di Jakarta oleh Nadiem Makarim. Nadiem Makarim diketahui pernah bekerja di sebuah perusahaan McKinsey & Company sebuah konsultan ternama di Jakarta dan menghabiskan masa selama tiga tahun bekerja disana. Diketahui pula ia pernah

bekerja sebagai *Co-Founder* dan *Managing Editor* di Zalora Indonesia kemudian menjadi *Chief Innovation officer* kartuku. berbekal banyak pengalaman selama bekerja, Nadiem Makarim kemudian memberanikan diri untuk berhenti dari pekerjaannya dan mendirikan perusahaan Go-Jek pada tahun 2011.

Kegiatan GO-JEK bertumpu pada tiga nilai pokok: kecepatan, inovasi, dan dampak sosial. Para *driver* GO-JEK mengatakan bahwa pendapatan mereka meningkat semenjak bergabung sebagai mitra, mereka juga mendapatkan santunan kesehatan dan kecelakaan, serta mendapat akses ke lebih banyak pelanggan melalui aplikasi kami.

GO-JEK telah resmi beroperasi di 25 kota besar di Indonesia, termasuk Medan, Batam, Palembang, Pekanbaru, Jambi, Padang, Bandar Lampung, Jabodetabek, Bandung, Sukabumi, Yogyakarta, Semarang, Solo, Surabaya, Gresik, Malang, Sidoarjo, Balikpapan, Samarinda, Pontianak, Banjarmasin, Manado, Makassar, Denpasar, dan Mataram.

Go-Jek dapat dipesan melalui Go-Jek *App* yang bisa diunduh melalui *Play Store* maupun *App store*. Dalam 1 bulan pertama aplikasi ini sudah berhasil mencapai 150 ribu *download*, dengan *rating* 4,4 dari 5 bintang. Untuk pembayarannya pun memiliki 2 cara yaitu *cash* atau menggunakan Go-Jek Credit (Go-Pay). Go-Jek Credit adalah metode pembayaran GO-Jek yang dibuat cashless dan dapat digunakan untuk membayar semua layanan.

2.2 Profil Perusahaan Go-jek

2.2.1 Visi Go-jek

Membantu memperbaiki struktur transportasi di Indonesia, memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam melaksanakan pekerjaan sehari-hari seperti pengiriman dokumen, belanja harian dengan menggunakan layanan fasilitas kurir, serta turut mensejahterakan kehidupan tukang ojek di Indonesia Kedepannya.

2.2.2 Misi Go-jek

1. Menjadi acuan pelaksanaan kepatuhan dan tata kelola struktur transportasi yang baik dengan menggunakan kemajuan teknologi.
2. Memberikan layanan prima dan solusi yang bernilai tambah kepada pelanggan.
3. Membuka Lapangan Kerja Selebar-lebarnya bagi masyarakat Indonesia.
4. Meningkatkan kepedulian dan tanggung jawab terhadap lingkungan dan sosial.
5. Menjaga Hubungan baik dengan berbagai pihak yang terkait dengan usaha ojek online.

2.3 Logo Go-jek

Gambar 2. 2
Logo Perusahaan Go-jek



Sumber : go-jek.com

Hijau adalah warna yang menyimbolkan pertumbuhan dan kebangkitan. Hijau menandakan stabilitas dan ketahanan, tetapi juga diartikan sebagai kemakmuran dan sesuatu yang berlimpah. Hijau adalah warna yang memiliki kombinasi arti positif, seperti halnya GO-JEK yang mempunyai misi untuk membawa pengaruh positif bagi lingkungan sekitarnya.

2.4 Jenis-Jenis Layanan Go-jek

2.4.1 Go-Ride

Transport (jasa angkutan) dengan armada motor adalah layanan utama yang diberikan GOJEK. Untuk layanan ini pihak GO-JEK menyediakan masker dan penutup rambut secara gratis dan fasilitas helm yang sesuai ketentuan keamanan dan kenyamanan untuk digunakan oleh penumpang. Harga ditampilkan secara transparan sesuai jarak kilometer yang ditempuh.

2.4.2 Go-Car

Jasa angkutan yang diberikan oleh Go-jek dengan menggunakan mobil yang bisa mengantar kemana pun. Harga akan di tampilkan secara transparan sesuai jarak kilometer yang ditempuh.

2.4.3 Go-Bluebird

Go-jek bekerjasama dengan Blue Bird untuk menyediakan layanan pemesanan taksi Blue Bird melalui platform aplikasi Go-Jek. Harga yang ditetapkan sesuai dengan jarak kilometer yang ditempuh bukan berdasarkan argo.

2.4.4 Go-Food

Jasa layanan pesan antar nomer 1 di Indonesia yang bekerjasama dengan lebih dari 30.000 restoran di seluruh Indonesia. Dengan tarif antar yang ditampilkan secara transparan pada aplikasi sesuai jarak tempat pemesanan.

2.4.5 Go-Send

Jasa layanan kurir instan yang dapat digunakan untuk mengirim barang atau surat. Tarif layanan ini akan ditampilkan secara transparan pada aplikasi sesuai dengan jarak pengiriman.

2.4.6 Go-Mart

Jasa layanan untuk membeli barang di toko yang di inginkan. Pelanggan dapat memasukan alamat toko yang belum terdaftar dalam aplikasi pada kolom alamat yang dituju. Tarif antar akan ditampilkan secara transparan pada aplikasi sesuai jarak tempat pemesanan.

2.4.7 Go-Box

Jasa layanan untuk membantu pengguna dalam pemindahan barang berukuran besar dengan menggunakan *pickup bak, pickup box, engkel bak, atau engkel box*. Pada layanan ini pengguna dapat *request* untuk tambahan pengangkut. Tarif yang dikenakan sesuai dengan armada yang digunakan dan jarak sesuai kilometer.

2.4.8 Go-Massage

Jasa layanan yang menawarkan berbagai macam jenis pijat di rumah sendiri. Pengguna dapat memilih *gender therapis/* jenis kelamin pemijat. Tarif disesuaikan dengan jenis pijat yang di pilih dan durasi nya.

2.4.9 Go-Clean

Jasa layanan untuk membantu membersihkan rumah/kos-kosan. Pengguna bisa menentukan waktu pengerjaan dan bisa memilih untuk jenis pengerjaan nya. Tarif disesuaikan dengan jenis pengerjaannya dan lama waktu pengerjaannya.

2.4.10 Go-Glam

Jasa layanan kecantikan yang langsung hadir dirumah pengguna. Layanan ini menawarkan berbagai jenis perawatan. Pengguna dapat menentukan waktu perawatan dan *gender therapist*. Tarif disesuaikan dengan jenis perawatan yang di pilih dan durasi nya.

2.4.11 Go-Tix

Layanan informasi acara dengan akses pembelian dan pengantaran tiket langsung ke pengguna. Pengguna dapat memilih kota dan film yang akan dipilih. Tarif dikenakan sesuai dengan jarak tempat pembelian tiket.

2.4.12 Go-Busway

Layanan untuk memonitor jadwal layanan bus TransJakarta dan memesan Go-Ride untuk mengantarkan pelanggan ke halte Transjakarta. Tarif dikenakan sesuai dengan jarak tempuh per kilometer.

2.4.13 Go-Med

Layanan terintegrasi untuk membeli obat-obatan, vitamin, dan kebutuhan medis lainnya dari apotek berlisensi. Biaya yang dikenakan adalah biaya untuk jasa pembelian dan antar sesuai dengan jarak pengguna dan apotek.

2.4.14 Go-Auto

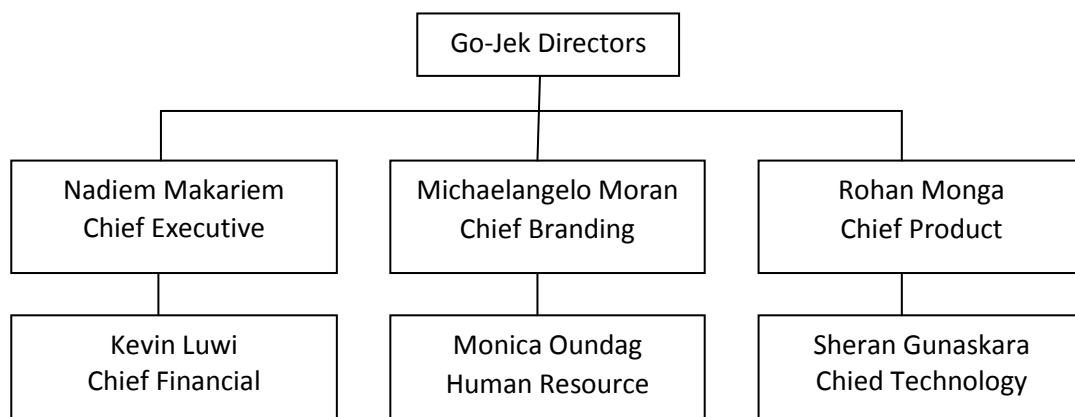
Layanan auto care, auto service dan service lainnya untuk memenuhi kebutuhan otomotif pengguna. Biaya yang dikenakan sesuai dengan service yang di pilih.

2.4.15 Go-Pulsa

Layanan pengisian pulsa langsung dari aplikasi Go-jek menggunakan Go-pay.

2.5 Struktur Organisasi

Gambar 2. 3
Struktur Organisasi PT GO-JEK Indonesia



Sumber: gojek.com (2015)

2.6 Identitas Responden

Data mengenai identitas pengemudi Go-jek di wilayah Jakarta Pusat yang menjadi responden dalam penelitian ini, dimaksudkan untuk mengetahui data-data yang berkaitan erat dengan responden (objek) yang diteliti. Data-data tersebut kemudian dapat digunakan sebagai arahan dalam menganalisis data berikutnya. Data-data mengenai identitas responden yang penulis sajikan dalam

penelitian ini meliputi data tentang jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, dan lama kerja responden.

2.6.1 Identitas Responden Menurut Jenis Kelamin

Dalam penggunaan data responden, jenis kelamin responden bertujuan untuk mengetahui perbandingan jumlah antara laki-laki dan perempuan yang menjawab pertanyaan penelitian.. Berikut data mengenai jumlah pengemudi Gojek Jakarta Pusat dilihat dari jenis kelamin responden :

Tabel 2. 1
Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
1.	Laki – Laki	100	100
	Jumlah	100	100

Sumber : Data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan tabel 2.1 diatas dapat diketahui bahwa dari hasil 100 responden, terdapat responden laki-laki sebanyak 100% yaitu 100 orang.

2.6.2 Usia

Usia merupakan salah satu karakteristik yang dapat mempengaruhi seseorang dalam pola pikir dan tingkat kedewasaan serta dalam menentukan keputusan terhadap suatu pilihan. Gambaran mengenai umur responden yang diteliti dapat dilihat pada tabel 2.2 dibawah ini :

Tabel 2. 2
Usia Responden

No	Kelompok Usia	Jumlah	Persentase (%)
1.	16 – 20 tahun	1	1

2.	21 – 30 tahun	41	41
3.	31 – 40 tahun	28	28
4.	41 – 50 tahun	25	25
5.	51 – 60 tahun	5	5
Jumlah		100	100

Sumber: Data primer yang telah diolah, 2017

Berdasarkan tabel 2.2 dapat diketahui sebagian besar responden berusia 21-30 tahun sebanyak 41 orang (41%). Sedangkan sebagian kecil responden berusia 16-20 tahun sebanyak 1 orang (1%). Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian pengemudi Go-jek di Semarang adalah yang berada di kelompok usia 21-30 tahun.

2.6.3 Tingkat Pendidikan Terakhir

Tingkat pendidikan dalam penelitian ini adalah pendidikan terakhir yang telah ditempuh responden. Tingkat pendidikan seseorang akan mempengaruhi pola pemikiran dan gaya hidupnya. Berikut ini data mengenai tingkat pendidikan terakhir responden:

Tabel 2. 3
Tingkat Pendidikan Terakhir

No	Tingkat Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Lulus SD	2	2
2.	Lulus SMP	11	11
3.	Lulus SMA	58	58
4.	Lulus D3/S1	28	28
5.	Lulus S2/S3	0	0
6.	Lainnya	0	0

Jumlah	100	100
---------------	-----	-----

Sumber: Data Primer yang diolah, 2017

Berdasarkan tabel 2.3 dapat diketahui bahwa sebagian besar pendidikan terakhir responden adalah lulusan SMA yaitu sebanyak 58 orang (58%). Hal ini menunjukkan bahwa Go-jek membuka lapangan kerja bagi masyarakat yang tidak melanjutkan pendidikannya ke jenjang yang lebih tinggi.

2.6.4 Jenis Pekerjaan

Jenis pekerjaan pada dasarnya untuk memperoleh gambaran mengenai kehidupan sosial, status sosial dan ekonomi responden. Berikut ini data mengenai jenis pekerjaan responden:

**Tabel 2. 4
Jenis Pekerjaan Responden**

No	Pekerjaan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Tidak memiliki pekerjaan lain	50	50
2.	Memiliki pekerjaan selain go-jek	50	50
Jumlah		100	100

Sumber: Data Primer yang diolah, 2017

Berdasarkan tabel 2.4 dapat diketahui bahwa responden diambil berdasarkan purposive sampling yaitu 50% yang memiliki pekerjaan lain selain go-jek dan 50% yang tidak memiliki pekerjaan lain selain go-jek.

2.6.5 Rata-Rata Pengeluaran

Rata-rata pengeluaran seseorang akan berpengaruh terhadap gaya hidup dan daya beli seseorang terhadap suatu produk atau jasa tertentu. Berikut ini data mengenai rata-rata pengeluaran responden per bulan (selain tempat tinggal):

Tabel 2. 5
Rata-Rata Pengeluaran

No	Rata-Rata Pengeluaran	Jumlah	Persentase (%)
1.	< Rp 500.000,00	1	1
2.	Rp500.001,00– Rp1.500.000,00	12	12
3.	Rp1.500.001,00– Rp2.500.000,00	38	38
4.	Rp2.500.001,00– Rp3.500.000,00	30	30
5.	> Rp 3.500.001,00	19	19
	Jumlah	100	100

Sumber: Data Primer yang diolah, 2017

Berdasarkan tabel 2.5 dapat diketahui bahwa sebagian besar pengeluaran responden yaitu >Rp1.000.000,00–Rp2.500.000,00 sebanyak 38 orang (38%). Sedangkan paling sedikit adalah responden yang memiliki pengeluaran kurang dari Rp500.000,00 yaitu hanya 1 orang (1%), ini adalah indikasi bahwa masyarakat mendaftarkan dirinya sebagai pengemudi go-jek untuk memenuhi kebutuhan nya sehari hari yang cukup tinggi.

2.6.6. Lama Bergabung

Lama bergabung merupakan berapa lama responden bergabung menjadi driver go-jek. Berikut ini data lama bekerja responden :

Tabel 2. 6
Lama Bergabung

No	Lama Bekerja	Jumlah	Persentase (%)
----	--------------	--------	----------------

1.	1-6 bulan	66	66
2.	7-12 bulan	30	30
3.	13-18 bulan	3	3
4.	19-24 bulan	1	1
Jumlah		100	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan tabel 2.6 dapat diketahui bahwa sebagian besar responden pengemudi go-jek Jakarta pusat telah bekerja selama 1-6 bulan (66%) berjumlah 66 orang. Sedangkan sebagian kecil responden telah bekerja selama 19-24 bulan (1%) sebanyak 1 orang. Hal ini menunjukkan bahwa banyak masyarakat yang tertarik untuk bergabung menjadi pengemudi Go-jek dilihat dari banyaknya pengemudi yang baru bekerja selama 1-6 bulan.

