

BAB II

GAMBARAN UMUM PT. GOJEK INDONESIA

Sub bab ini akan menjelaskan mengenai gambaran umum perusahaan perusahaan Go-Jek sebagai perusahaan transportasi berbasis *online*. Gambaran umum perusahaan digunakan untuk mengetahui berbagai macam hal-hal yang berhubungan dengan perusahaan, diantaranya adalah sejarah perusahaan, visi dan misi perusahaan, logo perusahaan, struktur perusahaan dan layanan yang ditawarkan perusahaan.

2.1 Sejarah Perusahaan

PT. Gojek Indonesia merupakan karya anak bangsa yang berdiri pada tahun 2010 di Jakarta. Perusahaan ini kali pertama lahir dengan niat baik untuk memberikan solusi memudahkan kehidupan sehari-hari di tengah kemacetan perkotaan. Kala itu seorang pemuda kreatif Nadiem Makarim mempunyai pemikiran untuk membuat bisnis transportasi ojek yang dikarenakan ia sering menggunakan jasa ojek. Karena kebiasaannya tersebut, Nadiem Makarim menemukan ide untuk dapat menciptakan sarana agar jasa transportasi ojek lebih efektif dan efisien. Perusahaan ini bekerja dengan menghubungkan ojek dengan penumpang ojek, dimana sebelumnya tukang ojek lebih banyak menghabiskan waktu di pangkalan menunggu penumpang.

Awal peluncurannya, Go-Jek hanya melayani lewat *call center* saja dan hanya melayani pemesanan ojek di wilayah Jakarta saja. Tetapi pada tahun 2015 Go-Jek mulai berkembang dan membuat aplikasi Go-Jek dengan sistem yang tertata

rapi. Dengan aplikasi ini, pengguna ojek dapat dengan mudah memesan ojek secara online, membayar secara kredit dan mengetahui keberadaan driver yang akan menjemput para pemesan.

Go-Jek bermitra dengan para tukang ojek menggunakan sistem bagi hasil dengan ketentuan 20/80, yang artinya 20% pendapatan yang diterima untuk perusahaan dan 80% untuk *driver* Go-Jek. Go-Jek juga melakukan pelatihan kepada mitra *driver* mereka untuk memberikan kepuasan pelayanan terhadap pelanggan.

Go-Jek telah menuai prestasi sebagai Juara 1 dalam kompetisi bisnis Global Entrepreneurship Program Indonesia (GEPI) di Bali dalam perkembangannya yang pesat ini. Selain itu, Go-Jek telah memperoleh berbagai penghargaan dari komunitas bisnis maupun sosial.

Go-Jek dapat dipesan melalui Go-Jek App yang bisa diunduh melalui Play Store maupun App Store. Pada awal peluncuran aplikasi dalam waktu satu bulan aplikasi ini sudah berhasil mencapai 150.000 download, dengan rating 4,4 dari 5 bintang. Untuk pembayarannya pun memiliki dua cara yaitu secara *cash* atau menggunakan Go-Jek *Credit* atau Go-Pay. Go-Pay adalah metode pembayaran Go-Jek yang dibuat cashless dan dapat digunakan untuk membayar semua layanan.

Awal pendiriannya, Go-Jek melayani hanya 4 jenis layanan antara lain: layanan jasa kurir (90 minute delivery anywhere in the city), jasa transportasi (transparent pricing, free masker and shower cap), jasa delivery makanan (delivering your favorite food under 60 minutes in Jabodetabek) dan jasa belanja dengan nominal dibawah satu juta rupiah (shop fot food, ticket, medicine, anything under Rp. 1.000.000, we'll pay for it first). Go-Jek terus berkembang dengan

meluncurkan inovasi-inovasi baru dengan produk layanan jasa yang lain. Hingga saat ini sudah ada enam belas layanan jasa yang dapat dipesan melalui aplikasi Go-Jek, diantaranya : Go-Ride, Go-Car, Go-Food, Go-Mart, Go-Send, Go-Box, Go-Tix, Go-Med, Go-Massage, Go-Clean, Go-Auto, Go-Glam, Go-Bills, Go-Pulsa, Go-Pay dan Go-Point. Selain itu Aplikasi Go-Jek juga dilengkapi dengan fasilitas Go-Pay, Go-Bills, Go-Point, dan Go-Pulsa.

Hingga Maret 2018 ini, Go-Jek telah bermitra dengan lebih dari 250.000 driver ojek yang telah tersebar di 50 kota di seluruh Indonesia, di antaranya Bali, Balikpapan, Banda Aceh, Bandar Lampung, Bandung, Banjarmasin, Banyuwangi, Batam, Belitung, Bukittinggi, Cilacap, Cirebon, Garut, Gresik, Jakarta, Jambi, Jember, Karawang, Kediri, Madiun, Madura, Magelang, Makassar, Malang, Manado, Mataram, Medan, Mojokerto, Padang, Palembang, Pasuruan, Pekalongan, Pekanbaru, Pematang Siantar, Pontianak, Probolinggo, Purwakarta, Purwokerto, Salatiga, Samarinda, Semarang, Serang, Sidoarjo, Solo, Sukabumi, Sumedang, Surabaya, Tasikmalaya, Tegal, dan Yogyakarta. Aplikasi Go-Jek telah diunduh lebih dari 11.000.000 kali di Play Store di sistem Android dan App Store di perangkat iOS.

2.2 Visi dan Misi PT. Gojek Indonesia

1. Visi PT. Gojek Indonesia

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 ke depannya.

2. Misi PT. Gojek Indonesia

PT. Gojek Indonesia merupakan perusahaan *startup* asli Indonesia dengan misi sosial. PT. Gojek Indonesia ingin meningkatkan kesejahteraan sosial dengan menciptakan efisiensi pasar. Untuk dapat mewujudkannya, PT. Gojek Indonesia memiliki misi:

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 PT. Gojek Indonesia

Logogram yang digunakan dalam identitas Go-Jek adalah seorang mengendarai sepeda motor dengan simbol beberapa garis melengkung di atas kepala berwarna hijau yang melambangkan transportasi ojek yang berbasis online dengan tulisan Go-Jek yang merupakan *branding* perusahaan dicetak secara tebal dengan huruf kapital yang mencolok tujuannya agar mampu dilihat dengan jelas dan mudah diingat masyarakat.

Gambar 2. 1
Logo PT. Gojek Indonesia



Sumber : www.go-jek.com

Pemilihan warna pada logo Go-Jek adalah warna hijau. Warna hijau dipilih karena melambangkan pertumbuhan, kebangkitan, stabilitas dan ketahanan. Hijau juga dapat diartikan kemakmuran dan kombinasi warna yang positif seperti halnya gojek yang memiliki misi memakmurkan mitra pengojek mereka dan membawa pengaruh yang positif bagi lingkungan sekitarnya.

Dalam logo Go-Jek juga terdapat tagline “An Ojek for Every Need” yang berarti perusahaan ini menyediakan jasa transportasi ojek untuk siapa saja yang membutuhkan dengan sistem yang efektif dan efisien.

2.4 Tiga Pilar PT. Gojek Indonesia

1. Kecepatan

Melayani dengan cepat, dan terus belajar dan berkembang dari pengalaman.

2. Inovasi

Terus menawarkan teknologi baru untuk mempermudah hidup Anda.

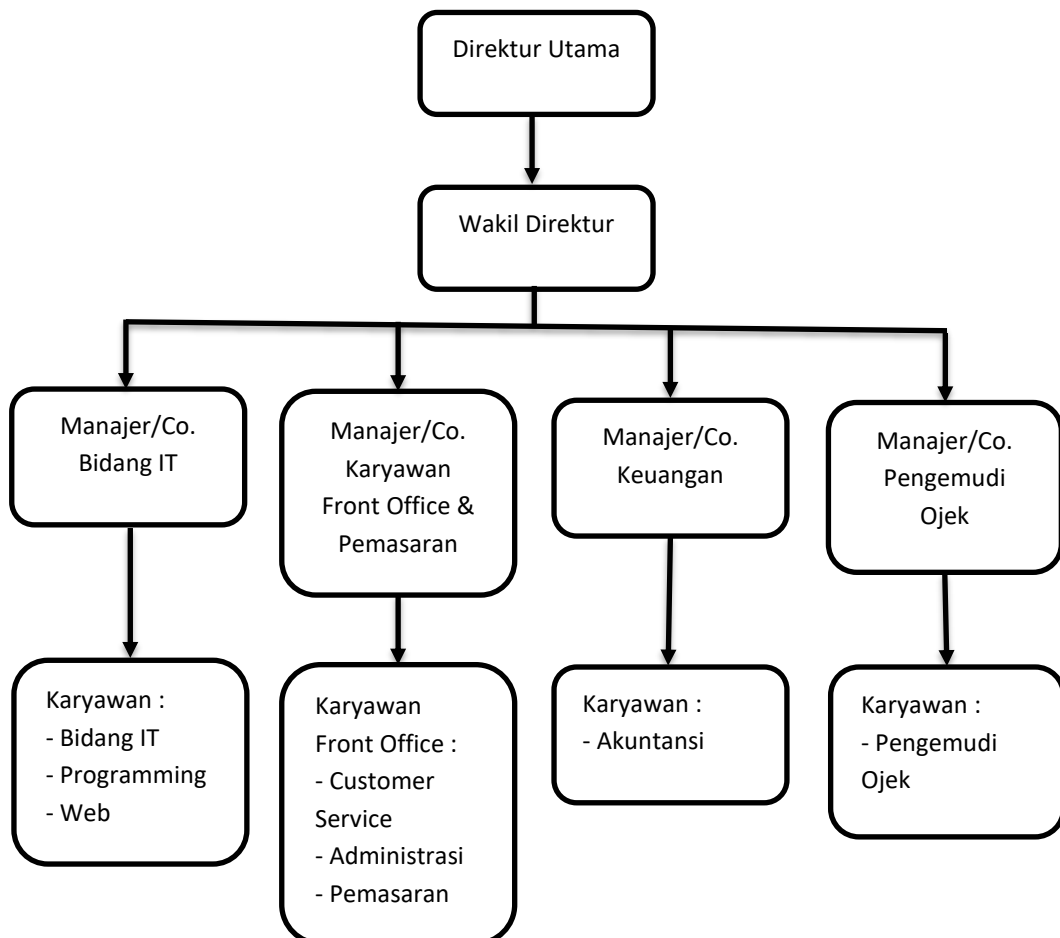
3. Dampak Sosial

Memberikan dampak positif sosial sebesar-besarnya untuk masyarakat Indonesia.

2.5 Struktur Organisasi PT. Gojek Indonesia

Struktur organisasi yang digunakan oleh PT. Gojek Indonesia adalah Struktur Organisasi Fungsional, yaitu pembagian tugas yang dibagi kedalam kelompok fungsional yang terpisah. Berikut ini akan digambarkan struktur organisasi PT. Gojek Indonesia.

Gambar 2. 2
Struktur Organisasi PT. Gojek Indonesia



Sumber : www.go-jek.com, tahun 2016

2.6 Deskripsi Pekerjaan

A. Direktur Utama

- Memutuskan dan menentukan peraturan dan kebijakan tertinggi perusahaan.
- Bertanggung jawab dalam memimpin dan menjalankan perusahaan.
- Bertanggung jawab atas keuntungan dan juga kerugian yang dialami perusahaan.
- Merencanakan serta mengembangkan sumber-sumber pendapatan dan pembelanjaan kekayaan perusahaan.
- Menentukan strategi untuk mencapai Visi-Misi perusahaan.
- Mengkoordinasi dan mengawasi semua kegiatan perusahaan mulai bidang administrasi, kepegawaian hingga pengadaan barang.

B. Wakil Direktur

- Membantu semua tugas direktur utama yang merupakan wakil di masing-masing area.

C. Manager IT

- Mengembangkan dan menyusun strategi dan rencana IT Go-Jek dalam hal mempermudah pekerjaan dan dalam pelayanan kepada pelanggan.
- Mengkoordinir dan mengelola pendayagunaan *software*, *hardware*, *braiware* dan jaringan di bidang TIK untuk mencapai kinerja optimum Go-Jek Indonesia.
- Mengelola layanan perancangan sistem komputerisasi dan program aplikasi perangkat yang terintegrasi.

- Menyediakan data-data yang diperlukan oleh bagian lain yang menyangkut IT.

D. Manager Karyawan *Front Office* & Pemasaran

- Melatih, menetapkan dan mengevaluasi karyawan front office.
- Memastikan bahwasanya karyawan mengetahui sistem komputerisasi, etika menerima keluhan secara langsung atau via telepon dan standard operasional Go-Jek.
- Menangani keluhan pelanggan yang tidak bisa diselesaikan bawahannya.
- Membuat lapran daftar pelanggan.
- Menjaga kedisiplinan petugas kantor dengan memberikan sanksi dan peringatan bagi yang melanggar.
- Merencanakan dan menetapkan segala sesuatu yang berhubungan dengan pemasaran.

E. Manager Akuntansi

- Mengkoordinasi perencanaan anggaran.
- Mengembangkan format pengajuan dan pertanggung jawaban keuangan.
- Mengkoordinasi pelaksanaan audit.
- Melakukan sistem pencatatan keuangan.
- Bertanggung jawab terhadap wakil direktur.
- Merencanakan, mengendalikan dan membuat keputusan atas semua aktivitas akuntansi.
- Menerima laporan arus kas keluar dan masuk ke perusahaan.

F. Manager Ojek

- Membuat kelompok-kelompok tukang ojek.
- Mengkoordinir semua karyawan tukang ojek.
- Selalu melakukan pengontrolan di setiap lini pangkalan Go-Jek.
- Bertanggung jawab kepada wakil direktur atas semua karyawan tukang ojek.

G. Karyawan

- Bidang Programming :
 - Melaksanakan semua pekerjaan yang ditetapkan oleh manajer IT di bidang Programming.
 - Bertanggung jawab mengenai program kepada manajer IT.
- Bidang Web :
 - Melaksanakan semua pekerjaan yang ditetapkan oleh manajer IT di bidang Web.
 - Bertanggung jawab mengenai program aplikasi maupun web go-jek.
- *Front office* (CS. Administrasi & Pemasaran) :
 - Melaksanakan semua pekerjaan *front office* yang ditetapkan oleh Manajer Front Office dan Administrasi.
 - Bertanggung jawab kepada Manajer Front Office dan Administrasi.
- Tukang Ojek :
 - Melaksanakan semua pekerjaan yang ditetapkan oleh manajer bagian ojek.

- Mengantarkan penumpang dan pesanan sesuai dengan waktu ditetapkan dan menjaga hubungan baik dengan pelanggan.
- Bertanggung jawab kepada atasannya.

2.7 Layanan yang Ditawarkan

Sampai saat ini aplikasi Go-Jek telah menyediakan 17 macam layanan jasa, Go-Jek di Semarang sudah menerapkan semua layanan sesuai aplikasi, yaitu:

1. Go-Ride

Go-Ride adalah layanan transportasi sepeda motor yang dapat mengantar anda ke berbagai tempat dengan lebih mudah dan lebih cepat.

2. Go-Car

Go-Car adalah layanan transportasi menggunakan mobil untuk mengantarkan Anda kemanapun dengan nyaman.

3. Go-Food

Go-Food adalah layanan pesan-antar makanan dengan lebih dari 30.000 daftar restoran.

4. Go-Mart

Go-Mart adalah layanan yang dapat digunakan untuk berbelanja ribuan jenis barang dari berbagai macam toko di area anda.

5. Go-Send

Go-Send adalah layanan kurir instan yang dapat digunakan untuk mengirim surat dan barang dalam waktu 60 menit.

6. Go-Box

Go-Box adalah layanan pindah barang ukuran besar menggunakan truk/ mobil bak/ blind van.

7. Go-Tix

Go-Tix adalah layanan informasi acara dengan akses pembelian dan pengantaran tiket langsung ke tangan Anda.

8. Go-Med

Go-Med merupakan hasil kolaborasi antara Go-Jek dengan Halodoc. Go-Med tidak menyediakan produk apapun, melainkan menghubungkan pengguna dengan lebih dari 1000 apotek di Jabodetabek, Bandung, dan Surabaya.

9. Go-Massage

Go-Massage adalah layanan jasa pijat kesehatan professional langsung ke rumah anda.

10. Go-Clean

Go-Clean adalah layanan jasa kebersihan professional untuk membersihkan kamar kos, rumah, dan kantor Anda.

11. Go-Glam

Go-Glam adalah layanan jasa perawatan kecantikan untuk manicure-pedicure, creambath, waxing, dan lainnya langsung ke rumah Anda.

12. Go-Auto

Go-Auto adalah layanan perawatan cuci, servis, dan layanan darurat untuk kendaraan baik mobil maupun motor kapanpun dan dimana pun.

13. Go-Busway

Go-Busway adalah layanan untuk memonitor jadwal layanan bus Transjakarta dan memesan Go-Ride untuk mengantar Anda kesana.

14. Go-Pulsa

Go-Pulsa merupakan layanan untuk membeli pulsa atau internet dengan sistem pembayaran menggunakan saldo Go-Pay.

15. Go-Bills

Go-Bills merupakan layanan pembayaran tagihan seperti tagihan listrik, membeli token listrik hingga BPJS dengan sistem pembayaran menggunakan saldo Go-Pay.

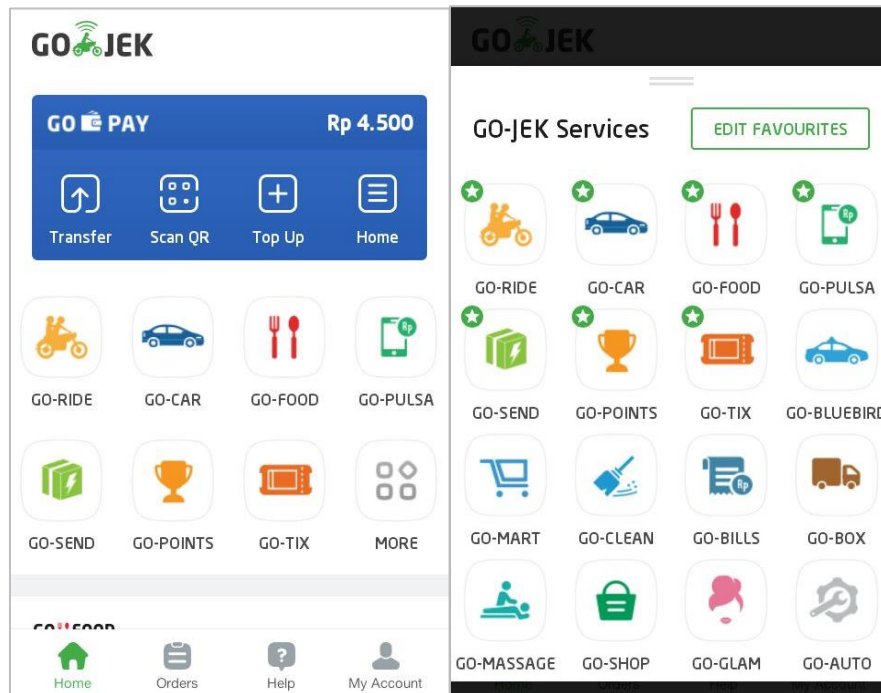
16. Go-Points

Go-Points adalah program loyalty dari Go-Jek khusus untuk pengguna Go-Pay. Setiap transaksi menggunakan Go-Pay akan mendapatkan 1 token, mainkan token, kumpulkan poin dan dapatkan reward menarik.

17. Go-Pay

Go-Pay adalah layanan dompet virtual untuk memudahkan transaksi Anda di dalam aplikasi Go-Jek.

Gambar 2.3
Tampilan Aplikasi Go-Jek



Sumber : Aplikasi Go-Jek

2.8 Identitas Responden

Responden dalam penelitian ini adalah pengguna layanan Go-Ride di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dengan jumlah 100 orang dengan kriteria yang telah ditentukan dan memiliki heterogenitas karakter yang akan memberikan persepsi yang berbeda mengenai variabel penelitian.

Penentuan responden menggunakan syarat-syarat tertentu untuk keabsahan penelitian. Adapun syarat yang digunakan untuk pengambilan sampel adalah sebagai berikut :

- MahasiswaS-1aktif FISIP Undip
- Responden pernah satu kali dalam 3 bulan terakhir menggunakan jasa transportasi *online* Go-Jek

Berdasarkan data yang telah diisi oleh responden, diperoleh kondisi responden berdasarkan usia, jenis kelamin, program studi, jumlah penggunaan layanan Go-Ride, dan pengalaman responden mencoba jasa lain yang sejenis.

2.8.1 Usia Responden

Usia merupakan suatu hal yang berpengaruh dalam tingkat kematangan seseorang dan mencerminkan masa produktif responden dalam bekerja dan usia responden akan mempengaruhi jawaban di dalam sebuah penelitian. Tabel 2.1 adalah data responden berdasarkan golongan usia.

Tabel 2. 1
Identitas Responden Berdasarkan Usia

No	Kelompok Usia	Jumlah	Persentase (%)
1	Usia 18	12	12%
2	Usia 19	21	21%
3	Usia 20	16	16%
4	Usia 21	19	19%
5	Usia 22	23	23%
6	Usia 23	4	4%
7	Usia 24	5	5%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel 2.1 dapat diketahui bahwa mayoritas responden sebesar 23% berusia 22 tahun, diikuti dengan kelompok usia 19 tahun sebesar 21% dan kelompok usia 21 tahun sebesar 19%. Dari data tersebut dapat diketahui kebanyakan pengguna layanan Go-Jek pada umur 22 tahun, dimana kelompok usia tersebut membutuhkan mobilitas yang tinggi untuk keperluan kuliah ataupun skripsi.

2.8.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Pengumpulan data responden berdasarkan jenis kelamin responden bertujuan untuk mengetahui perbandingan jumlah antara laki-laki dan perempuan yang menjawab pertanyaan penelitian. Tabel berikut ini akan menyajikan data responden berdasarkan jenis kelamin.

Tabel 2. 2
Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
1	Laki-laki	50	50%
2	Perempuan	50	50%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data primer yang diolah (2018)

Pada tabel 2.2 diketahui bahwa perbandingan antara responden berjenis kelamin perempuan dan laki laki adalah seimbang yaitu 50 responden atau sebesar 50%. Dari data tersebut, diketahui pengguna layanan Go-Jek di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro Selatan mempunyai komposisi yang seimbang karena laki laki maupun perempuan mempunyai mobilitas tinggi yang sama dan kebutuhan akan transportasi online yang sama.

2.8. Identitas Responden Berdasarkan Program Studi

Berdasarkan klasifikasi departemen/program studi, maka diperoleh komposisi responden, seperti pada tabel berikut:

Tabel 2. 3
Klasifikasi Responden Berdasarkan Departemen/ Program Studi Responden

No	Program Studi	Jumlah	Persentase(%)
1	Komunikasi	21	21%
2	Administrasi Publik	20	20%
3	Administrasi Bisnis	22	22%
4	Ilmu Pemerintahan	20	20%
5	Hubungan Internasional	17	17%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan Tabel 2.3. dapat diketahui bahwa responden dalam penelitian ini terdiri berbagai program studi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UNDIP. Program Studi responden terdiri dari Ilmu Komunikasi, Administrasi Publik, Administrasi Bisnis, Hubungan Internasional, Ilmu Pemerintahan, dan Hubungan Internasional. Responden terbesar pada penelitian ini adalah dari departemen Administrasi Bisnis sebesar 22 responden, diikuti dengan departemen Komunikasi, sebesar 21 responden, dan seterusnya.

2.8.4 Responden Berdasarkan Jumlah Uang Saku Per Bulan

Jumlah yang dimaksud dalam penelitian ini adalah jumlah uang saku yang diterima responden setiap bulannya. Berikut adalah data mengenai jumlah uang saku responden.

Tabel 2. 4
Responden Berdasarkan Uang Saku Per Bulan

No	Jumlah Uang Saku	Jumlah	Persentase (%)
1	Rp. 500.000 – Rp 1.000.000	33	33%
2	Rp.1.000.000 – Rp.2.000.000	48	48%
3	>Rp. 2.000.000	19	19%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data primer yang diolah , 2018

Dari tabel 2.4 diatas dapat diketahui bahwa jumlah uang saku berkisar dari Rp.1.000.000 – Rp. 2.000.000 merupakan responden terbanyak dengan persentase 48%, diikuti responden dengan uang saku berkisar dari Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000 yang berada di urutan kedua dengan 33%, dan yang paling sedikit adalah 19% untuk responden dengan uang saku >Rp. 2.000.000.

2.8.5 Responden Berdasarkan Pengalaman Pertama Menggunakan Go-Jek

Jumlah pengalaman pertama menggunakan Go-Jek disini adalah kapan pertama kali responden menggunakan jasa transportasi online Go-Jek. Berikut disajikan data pengalaman pertama responden menggunakan Go-Jek (tahun).

Tabel 2. 5
Responden Berdasarkan Pengalaman Pertama Menggunakan Go-Jek

No	Pengalaman Pertama Menggunakan Go-Jek Sejak	Jumlah	Persentase(%)
1	2014	6	6%
2	2015	16	16%
3	2016	39	39%
4	2017	33	33%
5	2018	6	6%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2018

Dari data tabel 2.5 diketahui bahwa mayoritas responden pertama menggunakan jasa Go-Jek adalah pada tahun 2016 dengan 39 responden sebesar 39%, lalu angka terkecil adalah pada 2014 dan 2018 sebanyak 6 responden. Dari data diatas dapat diketahui mayoritas responden mulai menggunakan Go-Jek pada tahun 2016 karena mulai hangat hangatnya transportasi berbasis *online*.

2.8.6 Responden Berdasarkan Informasi Mengetahui Go-Jek

Jumlah data berdasarkan kategori ini adalah untuk mengetahui pertama kali responden mendapatkan informasi tentang Go-Jek dari mana. Berikut disajikan data responden berdasarkan asal mula responden mengetahui informasi tentang Go-Jek.

Tabel 2. 6
Responden Berdasarkan Informasi Mengetahui Go-Jek

No	Informasi Mengetahui Go-Jek	Jumlah	Persentase(%)
1	Berita	1	1%
2	Iklan	16	16%
3	Internet	12	12%
4	Kerabat	6	6%
5	Media Sosial	22	22%
6	Melihat Langsung	6	6%
7	Promosi Media	14	14%
8	Teman	23	23%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan data tabel 2.6 diatas, diketahui mayoritas responden mengetahui informasi tentang Go-Jek adalah dari teman sebesar 23%, lalu ada media sosial sebesar 22 reponden atau 22%, dan yang terkecil adalah informasi dari berita yang hanya 1 responden. Dari data diatas mayoritas mengetahui dari mulut ke mulut melalui teman dan kerabatnya.

2.8.7 Responden Berdasarkan Jumlah Penggunaan Layanan Go-Jek

Jumlah penggunaan layanan Go-Jek yang dimaksud dalam penelitian ini adalah berapa kali konsumen menggunakan layanan Go-Jek di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro dalam 3 bulan terakhir. Berikut disajikan data responden berdasarkan jumlah penggunaan layanan Go-Jek dalam 3 bulan terakhir di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro.

Tabel 2. 7
Responden Berdasarkan Jumlah Penggunaan Layanan Go-Jek Dalam 3
Bulan terakhir

No	Jumlah Penggunaan	Jumlah	Persentase (%)
1	1-2 kali	45	45%
2	3-4 kali	31	31%
3	> 4 kali	24	24%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data primer yang diolah , 2018

Dari tabel 2.7 di atas dapat diketahui mayoritas responden pernah menggunakan layanan Go-Jek sebanyak 1-2 kali dalam 3 bulan terakhir di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Undip dengan persentase sebesar 45%. Sebesar 31% responden telah menggunakan layanan Go-Jek sebanyak 3-4 kali dalam 3 bulan terakhir dan sebesar 24% responden pernah menggunakan layanan Go-Jek sebanyak >4 kali dalam 3 bulan terakhir. Hal tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden tidak terlalu rutin menggunakan Go-Jek.

2.8.8 Responden Berdasarkan Pengalaman Mencoba Jasa Transportasi

Online Lain Sebelumnya

Selain Go-Jek terdapat beberapa perusahaan lain yang juga menyediakan jasa ojek online seperti Grab dan Uber. Data responden berdasarkan pengalaman mencoba jasa lain yang sejenis bertujuan untuk mengetahui apakah responden pernah mencoba jasa ojek online yang lain selain Go-Jek. Berikut akan disajikan data responden berdasarkan pengalaman mencoba jasa lain yang sejenis.

Tabel 2. 8
Responden Berdasarkan Pengalaman Mencoba Jasa Transportasi Online Lain Sebelumnya

No	Pengalaman Mencoba Jasa Transportasi Online Lain Sebelumnya	Jumlah	Persentase (%)
1	Ya	57	57%
2	Tidak	43	43%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data primer yang diolah , 2018

Dari data tabel 2.8 diatas diketahui bahwa 57% responden pernah menggunakan jasa transportasi *online* selain Go-Jek sebelumnya, dan sebesar 43% tidak pernah menggunakan jasa transportasi *online* selain Go-Jek. Dari data tersebut diketahui sebagian besar responden pernah menggunakan jasa ojek online lain selain Go-Jek.

2.8.9 Responden Berdasarkan Jasa Transportasi Online yang Sering

Dipakai

Jasa transportasi online akhir-akhir ini semakin bertambah banyak dan menjadi pesaing Go-Jek. Data responden berdasarkan jasa transportasi online yang sering dipakai bertujuan untuk mengetahui jasa apa yang sering dipakai. Berikut disajikan data responden berdasarkan jasa transportasi *online* yang sering dipakai.

Tabel 2. 9
Responden Berdasarkan Jasa Transportasi Online yang Sering Dipakai

No	Jasa Transportasi Online yang Sering Dipakai	Jumlah	Persentase (%)
1	Go-Jek	93	93%
2	Grab	6	6%
3	DF-Jek	1	1%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan Tabel 2.9 diketahui bahwa mayoritas responden sering memakai Go-Jek dibanding jasa yang lain, dari hasil datanya diketahui 93% responden sering memakai Go-Jek, lalu ada Grab dengan 6 responden dan DF-Jek yaitu transportasi *online* bentukan mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa Go-Jek dipercaya dalam hal kualitas.

