

BAB II

GAMBARAN UMUM GOJEK DAN LAYANAN GOFOOD

2.1 Gambaran Umum Gojek

Dilansir melalui Kumparan.com Gojek merupakan perusahaan yang didirikan oleh anak negeri di tanah Jakarta pada tahun 2010 dengan memberdayakan 20 ojek pertama dengan satu *call center*. Seiring perkembangan Gojek juga mendapatkan tawaran pendanaan atau investasi di 2014 yang mana mendukung penyempurnaan aplikasi Gojek untuk memudahkan driver dan penumpang dalam bertransaksi. Kemudian pada 2015 Gojek Indonesia meluncurkan aplikasi yang dapat diinstal di *smartphone* yang mana hal ini disambut baik oleh masyarakat. Selain memudahkan pemesanan, pada aplikasi juga disediakan penawaran tarif yang murah.

Pada 2015 semenjak aplikasi diluncurkan, jumlah pesanan juga mengalami kenaikan pesat sedari 3.000 pesanan menjadi 100.000 per hari dan mengalami perkembangan operasional di luar Jakarta dan mulai memasukkan layanan pemesanan tiket hingga layanan pemesanan makanan. Pada 2016 pesanan pada aplikasi mencapai 300.000 dalam sehari dan Gojek menjadi perusahaan unicorn pertama di Indonesia. Istilah unicorn merupakan istilah bagi perusahaan atau startup dengan nilai *valuation* sebesar kisaran 14,2 triliun.

Selain mengalami peningkatan pada kinerja bisnisnya, Gojek juga mendapatkan beragam prestasi salah satunya pada 2017 seperti peringkat ke 17 di antara 20 perusahaan Top Fortune yang mengubah dunia dengan pertumbuhan

3.600 kali dalam 18 bulan yang mana pertumbuhan ini salah satu yang tercepat di dunia. Selanjutnya pada 2018 Gojek mulai melebarkan perusahaannya ke Vietnam dan Thailand. Dilanjut pada 2019 Gojek terdaftar pada Favorite Fortune dengan jbaran adanya 20 produk dalam satu bisnis dengan 2 juta mitra pengemudi dan mendapatkan berbagai pendanaan. Pada 2020 aplikasi Indonesia, Singapura, Thailand dan Vietnam jadi satu di bawah Gojek dan menjadi aplikasi paling ramah pengguna selama pandemi.

2.2 Visi Misi Gojek

2.2.1 Visi

“Memberikan kesempatan kepada siapapun untuk berpartisipasi dan berhasil dalam ekonomi digital”.

2.2.2 Misi

“Mendorong kemajuan bagi para pelanggan, termasuk konsumen, pedagang, dan pengemudi, di dalam ekonomi digital. Kami memanfaatkan teknologi dan inovasi guna memenuhi misi ini, memberdayakan pelanggan untuk dapat bersaing dan membantu”.

2.3 Logo dan Makna Logo Gojek

Sebuah usaha maupun badan usaha hendaknya memiliki logo sebagai identitas bisnis. Logo sendiri dapat didefenisikan sebagai unsur grafis yang meliputi gambar, huruf, simbol, maupun tanda yang memiliki arti yang menggambarkan perusahaan maupun produk dengan tujuan mudah diingat. Gojek selama masa beroperasi juga

tentu memiliki logo yang dapat dikenal oleh seluruh penggunanya. Logo Gojek yang kini digunakan yaitu :



Gambar 2. 1 Logo Gojek Solve

Sumber: Gojek

Dikutip dari laman Kompas.com, Logo terbaru gojek ini diperkenalkan dengan nama Solv yang diambil dari Bahasa Inggris yaitu Solve yang artinya memecahkan masalah. Sementara pada laman CNBC Indonesia, mengangkat pernyataan CEO Gojek mengenai makna logo terbarunya yaitu logo ini melambangkan satu tombol untuk semua, serta logo ini juga menyampaikan semangat Gojek dalam menawarkan cara pintar dalam menangani tantangan yang dihadapi konsumen untuk hidup lebih mudah. Perubahan ikon gojek juga didukung atas keberagaman layanan yang diberikan, yang mana tidak lagi sebatas jasa ojek *online*.

Sebelumnya Gojek telah menggunakan serta memperkenalkan logonya sebanyak dua kali sebelum logo yang sekarang, logo pertama pada tahun 2010 dengan logo sebagai berikut :



Gambar 2. 2 Logo Pertama Gojek

Sumber: Gojek

Selanjutnya di tahun 2018 Gojek mengubah logonya dengan menghilangkan gambar pengendara motor seperti :



Gambar 2. 3 Logo Kedua Gojek

Sumber: Gojek

2.4 Layanan GoFood

Gojek menawarkan banyak layanan dalam satu aplikasi, salah satunya adalah layanan GoFood. GoFood resmi diluncurkan pada tahun 2015 dan masih diminati hingga saat ini. Hingga saat ini GoFood telah dapat diakses hampir diseluruh penjuru negeri khususnya 74 kota di Indonesia dengan 550.000 mitra *merchant*. Layanan GoFood selain memudahkan kehidupan para pengguna juga memberikan kontribusi terhadap perekonomian Indonesia yang mencapai 19 triliun di tahun 2018.

Layanan Gofood dihadirkan untuk memudahkan konsumen dalam mendapatkan makanan yang diinginkan. Guna mencapai kemudahan layanan GoFood telah di desain aplikasi dengan beragam pelayanan dengan kualitas yang sangat baik. Untuk memudahkan penggunanya dalam memesan makanan terdapat beberapa laman seperti :

1. Laman *Explore*

Pada laman ini berisikan aneka pilihan makanan dan minuman serta fitur yang memudahkan dalam pemilihan *merchant* seperti yang paling dekat, best seller, pasti ada promo, makanan sehat dan sebagainya.

2. Laman *Pickup*

Pada laman ini berisikan *merchant* yang menyediakan layanan pengambilan makanan sendiri yang memberikan jaminan waktu yang lebih singkat untuk mendapatkan makanan yang diinginkan.

3. Laman Pencarian

Laman pencarian sendiri memudahkan para penggunanya untuk mencari jenis maupun nama makanan yang diinginkan tanpa harus melihat banyak menu pada laman explore.

4. Laman Promo

Laman ini berisikan *merchant* yang mengadakan promo atau potongan harga atas produknya. Promo tersebut dapat ditemui pada *merchant* dengan nama terkenal hingga produk usaha setempat.

5. Laman Riwayat

Laman riwayat berisikan daftar pembelian yang sudah dilakukan yang mana dapat memudahkan penggunanya untuk melakukan pembelian ulang hingga memberikan review dan rating.

Selain terdapat laman yang memudahkan pengguna juga terdapat fitur lain yang diberikan oleh GoFood. Adapun fitur-fitur yang ditemui pada layanan GoFood yaitu sebagai berikut :

1. Kategorisasi Makanan

Pada layanan GoFood guna memudahkan penggunaannya untuk memilih makanan maka diberikan kategori makanan yang ada pada laman explore. Kategori makanan itu terdiri atas :

a. *Near Me*

Pada bagian ini makanan dikategorikan berdasarkan lokasi *merchant* terdekat. Didalamnya juga dapat ditemui berbagai fitur untuk mensortir makanan, beberapa di antaranya yaitu filter, urutkan dan bintang 4,5.

b. *Best Sellers*

Pada bagian ini makanan yang sangat diminati akan ditampilkan. Selain itu juga dapat ditemui fitur untuk mensortir makanan, beberapa di antaranya yaitu filter, urutkan dan bintang 4,5.

c. Pasti Ada Promo

Pada bagian ini *merchant* yang mengadakan promo atau potongan harga akan ditampilkan. Selain itu juga dapat ditemui fitur untuk mensortir makanan, beberapa di antaranya yaitu *filter*, urutkan dan bintang 4,5.

d. *Healthy Food*

Makanan atau minuman pada bagian ini dikhususkan makanan sehat seperti jus, salad dan sebagainya. Selain itu juga dapat ditemui fitur untuk mensortir makanan, beberapa di antaranya yaitu filter, urutkan dan bintang 4,5.

e. *Ready To Cook*

Selain makanan siap sedia atau cepat saji, GoFood juga memiliki mitra untuk makanan *frozen* atau siap untuk dimasak. Selain itu juga dapat ditemui fitur untuk mensortir makanan, beberapa di antaranya yaitu filter, urutkan dan bintang 4,5.

f. *24 Hours*

Fitur ini menampilkan *merchant* dengan waktu operasional 24 jam. Sehingga untuk pengguna yang membutuhkan makanan di tengah malam tetap bisa membeli makanan melalui layanan GoFood. Pada laman ini juga dapat ditemui fitur untuk mensortir makanan, beberapa di antaranya yaitu filter, urutkan dan bintang 4,5.

g. *Mostloved*

Pada bagian ini akan ditampilkan makanan makanan terfavorit. Selain itu juga dapat ditemui fitur untuk mensortir makanan, beberapa di antaranya yaitu filter, urutkan dan bintang 4,5.

h. *UMKM GoFoodieland*

Bagian ini menampilkan produk para umkm guna memajukan UMKM Indonesia. Selain itu juga dapat ditemui fitur untuk mensortir makanan, beberapa di antaranya yaitu filter, urutkan dan bintang 4,5.

i. *Budget Meal*

Pada bagian ini makanan dari harga terendah dapat ditemui. Selain itu bagian ini juga dikenal dengan menu hemat. Selain itu juga dapat

ditemui fitur untuk mensortir makanan, beberapa di antaranya yaitu filter, urutkan dan bintang 4,5.

j. Pilih Masakan

Pada bagian ini pengguna dapat memilih kategori makanannya baik makanan ringan, makanan manis, nasi, ayam, cepat saji, kue dan sebagainya.

2. Fitur Sesuaikan

Sesuai dengan Namanya, fitur ini berfungsi untuk menyesuaikan kebutuhan konsumen baik dari jarak, rating, harga dan sebagainya.

3. Metode Pembayaran

Metode pembayaran merupakan pilihan pembayaran yang dapat dilakukan oleh pengguna. Metode pembayaran yang tersedia pada GoFood terdapat dua yaitu secara tunai yang dapat diberikan secara langsung pada *driver* dan secara non-tunai yang dilakukan dengan *e-wallet* khusus bernama GoPay. GoPay merupakan *e-wallet* yang disediakan Gojek untuk para penggunanya yang dapat ditemui pada aplikasi Gojek.

4. Pencarian *Driver*

Saat makanan sudah dipilih dan pembayaran sudah dilakukan maka aplikasi akan mencari pengemudi yang tersedia untuk menjemput dan mengantarkan makanan.

5. Peta Perjalanan

Setelah menemukan pengemudi, selanjutnya pengguna dapat melacak pembelian dan drivernya melalui peta perjalanan yang disediakan.

6. Bantuan

Layanan bantuan dapat ditemukan pada laman profile pengguna Gojek kemudian menemukan bantuan GoFood. Bantuan berupa penjelasan terkait masalah dan laporan kendala pelanggan.

7. *Customer Service*

Bantuan langsung oleh customer service dapat ditemukan pada fitur bantuan dengan membuat laporan terkait masalah yang dihadapi.

8. Estimasi Pengiriman

Estimasi pengiriman merupakan perkiraan waktu makanan akan diterima oleh pembeli.pada layana GoFood estimasi yang diberikan berdasarkan jarak dan waktu persiapan makanan.

2.5 Identitas Responden

Identitas responden berisikan data atau informasi yang dimaksud untuk memperjelas objek yang diteliti. Mahasiswa FISIP Universitas Diponegoro merupakan responden penelitian ini terkhusus mereka yang merupakan pengguna layanan GoFood dengan *background* yang berbeda seperti gender, departemen, angkatan, range uang saku perbulan, pemesanan berdasarkan rating maupun tidak hingga jumlah pemesanan makanan melalui GoFood selama satu minggu dalam satu tahun terakhir.

2.5.1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Responden penelitian terbuka untuk laki-laki ataupun perempuan minimal usia 17 tahun yang dipaparkan tabel di bawah:

Tabel 2. 1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
1	Laki-laki	31	31
2	Perempuan	69	69
Jumlah		100	100

Sumber: Hasil olah data SPSS, 2022

Tabel 2.1 memiliki kesimpulan lebih banyak mengisi kuisioner ini ialah perempuan dengan jumlah 69 orang (69%) dari sampel yang diambil dan laki laki berjumlah 31 (31%) dari sample.

2.5.2 Identitas Responden Berdasarkan Departemen

Responden pada penelitian ini merupakan seluruh mahasiswa yang berasal dari lima departemen yang ada di FISIP UNDIP seperti di bawah ini:

Tabel 2. 2 Identitas Responden Berdasarkan Departemen

No	Departemen	Frekuensi	Persentase
1	Administrasi Bisnis	44	44
2	Administrasi Publik	17	17
3	Hubungan Internasional	8	8
4	Ilmu Komunikasi	10	1
5	Ilmu Politik dan Ilmu Pemerintahan	21	21
Jumlah		100	100

Sumber: Hasil olah data SPSS, 2022

Tabel 2.2 memiliki kesimpulan bahwa responden paling banyak ada pada departemen Administrasi Bisnis sebanyak 44 responden (44%) dari jumlah sampel. Departemen yang mahasiswanya paling sedikit menjadi responden yaitu

departemen Hubungan internasional dengan jumlah mahasiswa yang mengisi kuisisioner sebanyak 8 orang atau 8% dari sampel.

2.5.3 Identitas Responden Berdasarkan Angkatan

Responden yang dapat mengisi kuisisioner maksimal ada pada angkatan 2018 dan minimal angkatan 2022 yang terlihat di tabel bawah:

Tabel 2. 3 Identitas Responden Berdasarkan Angkatan

No	Tahun/Angkatan	Frekuensi	Persentase
1	2018	6	6
2	2019	57	57
3	2020	10	10
4	2021	13	13
5	2022	14	14
Jumlah		100	100

Sumber: Hasil olah data SPSS, 2022

Berdasarkan Tabel 2.3 mayoritas responden yang mengisi kuisisioner merupakan angkatan 2019 dengan jumlah 57 orang atau 57% dari sampel. Sementara minoritas yaitu angkatan 2020 sejumlah 10 responden (10%) dari total responden.

2.5.4 Identitas Responden Berdasarkan Uang Saku perbulan

Pada penelitian ini uang saku/bulan cukup dibutuhkan dalam kriteria responden.

Adapun besaran uang saku responden penelitian ini yaitu :

Tabel 2. 4 Identitas Responden Berdasarkan Uang Saku Per bulan

No	Rentang Uang Saku	Frekuensi	Persentase
1	500.000 - 1.000.000	53	53
2	>1.000.000 - 2.000.000	37	37
3	>2.000.000 - 3.000.000	6	6
4	>3.000.000 - 4.000.000	3	3
5	> 4.000.000	1	1
Jumlah		100	100

Sumber: Hasil olah data SPSS, 2022

Tabel 2.4 dapat ditarik kesimpulan bahwa sebanyak 53 mahasiswa dengan rentang uang saku Rp. 500.000.00 hingga Rp. 1.000.000.00 per bulan telah mengisi kuisisioner dan diikuti oleh jumlah terbanyak kedua yaitu 37 orang mahasiswa dengan rentang uang saku perbulan sebesar Rp. 2.100.000,00 hingga Rp. 2.000.000,00. Berdasarkan jawaban responden dengan mayoritas uang saku sebesar Rp. 500.000.00 hingga Rp. 1.000.000.00 tentu mempengaruhi keputusan responden akan intensitas pembelian atau aktivitas pembelian.

2.5.5 Identitas Responden Berdasarkan Pemesanan Makanan Berdasarkan Rating Merchant

Data pembelian makanan berdasarkan rating makanan yang dijawab oleh responden pada penelitian ini melalui kuisisioner dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 2. 5 Identitas Responden Berdasarkan Pemesanan Berdasarkan Rating Merchant

No	Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Ya	80	80
2	Tidak	20	20
Jumlah		100	100

Sumber: Hasil olah data SPSS, 2022

Berdasarkan Tabel 2.5 menunjukkan bahwa 80% responden melakukan pembelian yang didasari atas transparansi review *merchant* dengan alasan pendukung lainnya.

2.5.6 Identitas Responden Berdasarkan Jumlah Pemesanan Makanan Melalui GoFood Selama Satu Tahun Terakhir (Jumlah Pembelian Perminggu)

Jumlah pembelian makanan yang dilakukan oleh responden penelitian ini dalam waktu satu tahun terakhir yaitu :

Tabel 2. 6 Identitas Responden Berdasarkan Jumlah Pemesanan Dalam Seminggu (Kurun Waktu Satu Tahun Terakhir)

No	Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	1-2 kali dalam seminggu	76	76
2	3-4 kali dalam seminggu	15	15
3	4-5 kali dalam seminggu	3	3
4	Lebih dari 5 kali dalam seminggu	6	6
Jumlah		100	100

Sumber: Hasil olah data SPSS, 2022

Berdasarkan Tabel 2.6 memperlihatkan mayoritas responden melakukan pembelian makanan melalui GoFood sebanyak 1-2 kali dalam seminggu selama satu tahun terakhir. Hasil jawaban ini juga dipengaruhi oleh jumlah uang saku mahasiswa yang di dominasi oleh responden dengan uang saku Rp. 500.000.00 hingga Rp. 1.000.000.00 perbulannya seperti yang ditunjukkan pada tabel 2.4