

BAB II

**PROFIL GO-JEK DAN RESPONDEN PENELITIAN KUALITAS
PELAYANAN, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN GO-JEK KOTA SEMARANG**

2.1. Gambaran Umum Kota Semarang

Semarang, ibu kota Provinsi Jawa Tengah, Indonesia, mempesona dengan sejarahnya yang panjang sebagai pusat perdagangan di Pulau Jawa. Pada era kolonial Belanda, kota ini berkembang jadi pusat penting di Hindia Belanda. Kota Lama, suatu kawasan yang dipenuhi bangunan-bangunan kolonial, menceritakan kisah masa lalu yang kaya akan warisan sejarah. Sisi historis ini memikat wisatawan dengan keindahan arsitektur klasik dan nuansa bersejarah yang masih terjaga.

Dari segi geografi, Semarang terletak di pesisir utara Pulau Jawa, menawarkan keindahan alam dan iklim tropis. Pesisirnya yang indah menyajikan pantai-pantai menarik, sementara dataran rendah dan bukit-bukit memberikan variasi lanskap yang menarik perhatian. Klenteng Sam Poo Kong, salah satu tempat bersejarah tertua di Semarang, jadi destinasi wisata budaya yang menarik pengunjung dengan keindahan arsitektur dan nilai-nilai keagamaan yang kaya.

Dengan luas daerah mencapai sekitar 373,78 kilometer persegi, Semarang memiliki cakupan wilayah yang cukup besar. Wilayah ini mencakup tidak hanya pusat kota yang padat penduduk, tetapi juga area subur di sekitarnya. Keberagaman lanskap geografisnya menciptakan kesempatan untuk menikmati keindahan alam, seperti pegunungan yang hijau dan sungai-sungai yang mengalir di sepanjang daerah tersebut.

Koordinat geografis Semarang terletak pada 6.9717° S lintang dan 110.4250° E bujur, menjadikannya sebagai suatu kota yang strategis di Pulau Jawa. Karena merupakan *central* pemerintahan dan perekonomian di Jawa Tengah, Semarang mengalami pertumbuhan ekonomi yang pesat. Kota ini menjadi rumah bagi berbagai fasilitas bisnis, industri, dan pusat perbelanjaan yang modern. Transportasi yang baik, dengan adanya Bandara Ahmad Yani dan sistem transportasi darat yang

efisien, memudahkan mobilitas penduduk dan mendorong pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan.

Semarang bukan hanya pusat pemerintahan dan ekonomi, tetapi juga menonjol dalam keberagaman budaya dan agama. Masyarakatnya yang beragam dari berbagai suku, agama, dan budaya menciptakan harmoni dalam keragaman. Festival budaya, acara keagamaan, dan perayaan tradisional menjadi ajang bagi masyarakat untuk merayakan keanekaragaman ini. Semua ini menjadikan Semarang tidak hanya sebagai destinasi wisata yang menarik, tetapi juga sebagai kota yang hidup dan berwarna.

2.2. Sejarah Go-Jek

Go-Jek, perusahaan jasa on-demand yang berbasis di Indonesia, dibangun ketika 2010 oleh Nadiem Makarim dan teman-temannya. Awalnya, Go-Jek dimulai sebagai layanan pengiriman makanan dan kurir di Jakarta dengan memakai sepeda motor. Dengan cepat, Go-Jek berkembang dan mengembangkan model bisnisnya untuk menyediakan berbagai layanan termasuk transportasi, pengiriman barang, dan berbagai layanan keperluan keseharian.

Pada tahun 2015, Go-Jek meluncurkan aplikasi pemesanan transportasi online, jadi pesaing kuat bagi layanan sejenis di Indonesia. Keberhasilan ini membuka pintu bagi Go-Jek untuk merambah ke berbagai kota di seluruh negeri, mengubah lanskap transportasi dan layanan on-demand di Indonesia. Inovasi Go-Jek tidak hanya terbatas pada layanan transportasi, tetapi juga mencakup solusi untuk keperluan keseharian, seperti layanan keuangan, pembayaran tagihan, dan layanan kesehatan.

Dalam beberapa tahun, Go-Jek telah menjadi salah satu "unicorn" Indonesia, jadi perusahaan startup dengan valuasi melampaui miliar dolar. Keberhasilan Go-Jek tidak hanya tercermin dalam pertumbuhan bisnisnya, tetapi juga dalam kontribusinya kepada pemberdayaan ekonomi lokal dengan memberdayakan para pengemudi ojek dan mitra usaha kecil.

Go-Jek tidak hanya menjadi simbol transformasi dalam industri layanan on-demand di Indonesia, tetapi juga menciptakan dampak sosial dan ekonomi signifikan. Melalui inisiatifnya, Go-Jek terus berusaha untuk memajukan

inovasi teknologi dan memberikan solusi bagi keperluan keseharian masyarakat Indonesia, menjadikannya salah satu perusahaan terkemuka dalam ekosistem startup di Asia Tenggara.

2.3. Profil Go-Jek

Dari tanah Jakarta - 20 ojek, 1 call center, dan misi menghilangkan gesekan dalam kehidupan masyarakat. Gojek (kemudian GO-JEK) mulai mewarnai kota dengan warna hijau. Masuk ke aplikasi Gojek. Pesanan meledak dari 3.000 menjadi 100.000 sehari. Operasinya diperluas ke luar Jakarta. Masukkan pengiriman makanan, pemesanan tiket, dan banyak lagi. Pendanaan seri A mengalir masuk. Gojek menjadi unicorn pertama di Indonesia. Pesanan melonjak hingga 300.000 sehari. Peringkat ke-17 dalam 20 Perusahaan Teratas Fortune yang mengubah dunia. Mencatat pertumbuhan 3.600x dalam 18 bulan. Itu salah satu yang tercepat di dunia. Mendistribusikan sayap ke seluruh Vietnam dan Thailand. Kami sekarang membicarakan 100 juta pesanan sehari. Tumbuh 1.100x total volume transaksi. Daftarkan favorit Fortune lagi! Lebih dari 20 produk, 2 juta mitra pengemudi. Pendanaan seri F dari Google, Tencent, JD.com dan Mitsubishi. Mengintegrasikan aplikasi Indonesia, Singapura, Thailand dan Vietnam menjadi satu, di bawah Gojek. GoFood menjadi aplikasi paling bermanfaat dan ramah pengguna di dunia selama pandemi. Mencapai 190 juta unduhan aplikasi. Gojek dan Tokopedia bersatu membentuk GoTo, grup teknologi terbesar di Indonesia dan ekosistem “go to” untuk kehidupan sehari-hari

2.3.1. Visi

Meningkatkan kualitas hidup dan menginspirasi perubahan positif dengan menyediakan akses yang mudah dan andal ke berbagai jasa yang memberdayakan masyarakat.

2.3.2. Misi

- Memberdayakan Pengemudi dan Mitra Usaha.
- Memberikan Akses untuk Semua.
- Inovasi Berkelanjutan.
- Berperan dalam Membangun Ekosistem Digital.

- Berkomitmen pada Keberlanjutan dan Tanggung Jawab Sosial.

2.3.3. Jenis Layanan

Gojek Semarang melayani kebutuhan mobilitas yang tinggi dari penduduk lokal dan pengunjung yang berkunjung dengan menawarkan berbagai layanan.

1. Layanan GoRide

Layanan GoRide dari Gojek menawarkan layanan antar jemput sepeda motor ke Stasiun Tawang, Stasiun Poncol, UNDIP, dan RS Kariadi untuk kemudahan transportasi.

2. Layanan GoCar

Mudah pergi ke berbagai lokasi dengan memakai layanan GoCar. Pengemudi dapat dengan mudah diketahui lokasinya memakai fungsi titik penjemputan, tujuan dapat diubah jika rencana berubah, dan tombol darurat tersedia untuk keselamatan. Anda bisa memesan layanan GoCar L untuk rombongan maksimal 6 orang untuk menuju destinasi seperti Paragon City Mall, Bandara Ahmad Yani, DP Mall, Stasiun Tawang, Stasiun Poncol, RSUP dr. Kariadi, dan Mal Ciputra.

3. Layanan GoFood

Konsumen bisa mendapatkan kuliner tradisional Semarang melalui GoFood jika lapar dan memilih untuk tidak keluar rumah. Layanan pesan-antar makanan Semarang di Gojek Super App menawarkan beragam kuliner yang memanjakan lidah pengguna.

4. Layanan GoPay

Layanan dompet digital ini untuk melakukan pembayaran layanan Gojek di dalam program. Selain itu, GoPay juga dapat digunakan sebagai opsi pembayaran di beberapa toko offline di Kota Semarang, antara lain GAYA Swalayan, Food Fair Mall Ciputra, Dolkopi, Sumurboto Stationary, 3Pots, Kecut Manis, Pasar Semawis, dan lain-lain. Layanan GoPay memiliki opsi 'permintaan' untuk permintaan biaya dan fungsi 'split bill' untuk pengeluaran bersama.

5. Layanan PayLater

Mengumumkan dana cadangan eksklusif terbaru Gojek, PayLater. PayLater memungkinkan Anda memakai layanan Gojek sesuai kebutuhan dan membayar setotal uang di akhir bulan. Tingkatkan akun GoPay Anda dan aktifkan PayLater untuk mendapatkan jasa ini.

6. Layanan GoPulsa

Fungsi GoPulsa pada Gojek Super App memungkinkan pengguna mengisi ulang pulsa beberapa operator telekomunikasi di Indonesia. Pastikan total GoPay Anda cukup untuk mengisi kuota ataupun pulsa kapan saja serta di mana pun Anda membutuhkannya. Pembelian pulsa di kota Semarang kini jauh lebih mudah.

7. Layanan GoBills

Pemakaian layanan GoBills di Semarang memberikan kemudahan pembayaran tagihan BPJS, listrik, dan Google Play tanpa perlu mengingat ID pelanggan setiap transaksi.

8. Layanan GoSend

Jasa GoSend dari Gojek Super App mempermudah pengiriman paket di Semarang. GoSend menawarkan layanan pengiriman satu hari yang dipercepat bersama dengan pelacakan barang dan keberadaan pengemudi secara real-time.

9. Layanan GoBox

Mengangkut barang dalam total besar ke lokasi mana pun di Semarang, layanan GoBox siap membantu Anda berdasarkan kebutuhan Anda. GoBox menawarkan kendaraan penjemputan yang dapat dipesan memakai aplikasi Gojek. Jasa ini memiliki fungsi live monitoring yang memungkinkan Anda mengikuti keberadaan pengemudi secara real-time. Selain itu, asuransi dapat diperoleh guna menjamin keamanan komoditas.

10. Layanan GoMart

Jasa GoMart tujuannya guna memberikan Anda pengalaman *shopping* menyenangkan, cepat, nyaman, dan efisien. Layanan belanja praktis aplikasi ini menghilangkan kebutuhan Anda untuk khawatir dalam memilih tujuan belanja. Selain itu, pembelian Anda akan dikirimkan lebih cepat dan

pengalaman pembelian Anda akan lebih aman. Membeli kebutuhan pokok di Semarang menjadi mudah dengan GoMart.

11. Layanan GoShop

Memakai layanan GoShop di Semarang untuk memesan berbagai barang, termasuk obat-obatan dari Indomaret dan gadget elektronik dari Jakarta Notebook. Jasa ini dapat digunakan tanpa biaya minimum dan mencakup jarak maksimum hingga 25 kilometer. Konsumen mempunyai pilihan untuk membeli sebagian layanan GoShop dalam waktu bersamaan.

12. Layanan GoLife

Penuhi semua kebutuhan gaya hidup Anda di Semarang dengan GoLife. GoLife menawarkan serangkaian layanan khusus seperti pijat, pembersihan, otomotif, kecantikan, perawatan dan perbaikan AC, dan belanja keperluan keseharian untuk membantu Anda mengatur hidup Anda. Semarang menjadi lebih menyenangkan.

13. Layanan GoTix

Nikmati pertemuan seru bersama orang-orang tercinta dengan melakukan beragam aktivitas atau menonton film berkualitas di GoTix. Layanan GoTix tersedia di Semarang, menawarkan berbagai macam tiket seperti tiket bioskop di Cinemaxx, tiket pensiun, konser, tur, dan masih banyak lagi, memastikan waktu senggang dan liburan yang menyenangkan bagi pelanggan.

14. Layanan GoPlay

Gojek menyediakan layanan streaming on-demand dengan pilihan film dan acara TV berkualitas khusus untuk warga Semarang. Anda dapat menonton program unik mencakup Aruna dan Lidahnya, Buffalo Boys, Wiro Sableng The Movie, K-Drama, Kulari ke Pantai, K-Drama, serta beragam lainnya dan harus membayar bulanan.

2.4. Gambaran Umum Obyek Penelitian

2.4.1. Gambaran Umum Responden

Bab berikut akan menguraikan temuan studi yang diselenggarakan dengan memakai kuesioner yang dikirimkan kepada 105 peserta. Data yang dikumpulkan berasal dari jawaban responden dan diolah untuk melihat apakah kepuasan pelanggan terpengaruhi oleh kualitas layanan, harga, dan promosi.

Untuk meningkatkan keterbacaan dan pemahaman temuan penelitian, langkah-langkah berikut ditetapkan:

1. Memaparkan karakteristik responden
2. Melakukan deskripsi variabel
3. Melakukan analisis data yaitu terdiri dari uji instrument (uji validitas dan uji keandalan), uji kelayakan model, uji hipotesis dan analisis regresi berganda.

Berdasarkan hasil pendataan dari penyebaran kuesioner, kami memperoleh beberapa informasi, diantaranya:

1. Deskripsi Jenis Kelamin Responden

Tabel 2.1 Deskripsi Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Laki-laki	51	48,6%
2	Perempuan	54	51,4%
Jumlah		105	100%

Sumber: Data primer diolah 2023

Berdasarkan jenis kelamin responden menunjukkan bahwa konsumen pengguna Go-jek Semarang mayoritas perempuan yaitu sebanyak 54 konsumen pengguna atau sebesar 51,4% dari keseluruhan sampel. Hal ini dapat dijelaskan oleh berbagai faktor, termasuk perubahan pola transportasi di perkotaan, di mana perempuan kini semakin aktif dan mandiri dalam menggunakan layanan transportasi daring. Selain itu, kemudahan akses dan fleksibilitas yang ditawarkan oleh Go-jek mungkin menjadi faktor utama yang menarik perhatian konsumen perempuan di Semarang. Dengan adanya berbagai layanan, seperti ojek online, pengiriman makanan, dan layanan lainnya, Go-jek memberikan solusi yang efisien dan praktis untuk kebutuhan sehari-hari. Kepercayaan konsumen perempuan dalam menggunakan

layanan tersebut juga dapat mencerminkan tingkat keamanan dan kenyamanan yang diberikan oleh platform ini, yang pada gilirannya, menjadikannya pilihan utama bagi konsumen perempuan di kota Semarang.

2. Deskripsi Usia Responden

Agar dapat menganalisa umur para responden, maka dapat ditentukan berdasarkan rentang usia seperti tabel 2.2 berikut ini:

Tabel 2.2 Deskripsi Berdasarkan Usia

No.	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	17 – 25 Tahun	78	74,3%
2	26 – 35 Tahun	11	10,5%
3	36 – 34 Tahun	3	2,9%
4	>45 Tahun	13	12,4%
Jumlah		105	100%

Sumber: Data primer diolah 2023

Berdasarkan data deskripsi dari tabel 4.2 dapat dijelaskan karakteristik responden berdasarkan usia yaitu : > 45 tahun (12,4%), usia 36 – 45 tahun (2,9%), usia 26 – 35 tahun (10,5%), dan usia 17 – 25 tahun (74,3%). Hal ini menggambarkan bahwa platform Go-jek lebih populer di kalangan muda, yang mungkin mencerminkan adopsi teknologi yang lebih cepat dan kecenderungan generasi muda untuk menggunakan layanan digital dalam kehidupan sehari-hari. Sementara itu, persentase yang lebih rendah pada kelompok usia 36 hingga 45 tahun (2,9%) dan di atas 45 tahun (12,4%) mungkin mengindikasikan adanya perbedaan preferensi atau keterbatasan aksesibilitas teknologi di kalangan kelompok usia tersebut. Pemahaman karakteristik usia responden ini dapat menjadi landasan bagi Go-jek untuk merancang strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran dan pengembangan fitur layanan yang sesuai dengan kebutuhan beragam segmen usia di kota Semarang.

3. Deskripsi Pendidikan Responden

Pendidikan responden menunjukkan jenjang pendidikan terakhir yang ditempuh oleh para responden. Pendidikan terakhir para responden, dapat dilihat pada tabel 2.3.

Tabel 2.3 Deskripsi Berdasarkan Pendidikan

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	SMP	1	1 %
2	SMA	32	30,5 %
3	D3	4	3,8%
4	S1	65	61,9 %
5	S2	3	2,9%
Jumlah		105	100%

Sumber: Data primer diolah 2023

Berdasarkan dari data pendidikan di atas, dapat dijelaskan bahwa karakteristik responden berdasarkan pendidikan yaitu S2 (3%), S1 (61,9%), D3 (3,8%), SMA (30,5%), dan SMP (1%), maka responden berpendidikan S1 lebih mendominasi yaitu sebanyak 65 responden atau sebesar 61,9% dari keseluruhan responden. Hal ini mencerminkan bahwa layanan Go-jek lebih diminati oleh konsumen yang memiliki tingkat pendidikan lebih tinggi, yang kemungkinan besar memiliki daya beli dan pemahaman teknologi yang lebih baik. Adopsi layanan digital seperti Go-jek oleh kalangan S1 dapat diartikan sebagai hasil dari kemudahan akses, fleksibilitas, dan efisiensi yang ditawarkan oleh platform ini, yang sesuai dengan gaya hidup dan kebutuhan masyarakat berpendidikan tinggi. Informasi ini dapat menjadi nilai tambah bagi Go-jek dalam merancang strategi pemasaran dan penawaran layanan yang lebih sesuai dengan karakteristik pendidikan konsumennya di Semarang.

4. Deskripsi Pendapatan Responden

Tabel 2.4 Deskripsi Berdasarkan Pendapatan

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	1 – 2 juta	35	33,3%
2	> 2 – 3 juta	46	43,8%
3	> 3 – 4 juta	11	10,5%
4	> 4 – 5 juta	9	8,6%
5	> 5 juta	4	3,8%
Jumlah		105	100%

Sumber: Data primer diolah 2023

Berdasarkan dari data pendapatan di atas, dapat dijelaskan bahwa karakteristik responden berdasarkan pendapatan yaitu > 2 – 3 juta (43,8%),

> 3 – 4 juta (10,5%), > 4 – 5 juta (8,6%), > 5 juta (3,8%), dan 1 – 2 juta (33,3%), maka responden dengan pendapatan bulanan sebesar > 2 – 3 juta lebih mendominasi yaitu sebanyak 46 responden atau sebesar 43,8% dari keseluruhan responden. Hal ini mengindikasikan bahwa Go-jek menjadi pilihan utama di kalangan responden yang berada pada kategori pendapatan tersebut. Mungkin saja layanan Go-jek dianggap sebagai opsi yang terjangkau dan sesuai dengan budget konsumen di segmen pendapatan tersebut. Meskipun terdapat variasi dalam kategori pendapatan lainnya, dominasi pada kategori > 2 – 3 juta menunjukkan bahwa Go-jek dapat menciptakan nilai tambah yang signifikan bagi konsumen dengan kisaran pendapatan tersebut.

5. Deskripsi Lama Menggunakan Go-jek Responden

Lama menggunakan Go-jek responden menunjukkan seberapa lama responden menggunakan Go-jek. Lama menggunakan Go-jek oleh para responden, dapat dilihat pada tabel 2.5.

Tabel 2.5 Deskripsi Berdasarkan Lama Menggunakan Go-jek

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	< 4 bulan	42	40%
2	> 8 bulan - 1 Tahun	11	10,5%
3	> 1 Tahun	52	49,5%
Jumlah		105	100%

Sumber: Data primer diolah 2023

Berdasarkan dari data lama menggunakan Go-jek di atas, dapat dijelaskan bahwa karakteristik responden berdasarkan lama menggunakan Go-jek yaitu < 4 bulan (40%), > 1 tahun (49,5%), dan > 8 bulan - 1 tahun (10,5%), maka responden dengan lama menggunakan Go-jek selama > 1 tahun lebih mendominasi yaitu sebanyak 52 responden atau sebesar 49,5% dari keseluruhan responden. Hal ini menandakan tingkat kepuasan dan kepercayaan konsumen terhadap platform, seiring dengan kesediaan mereka untuk secara konsisten memanfaatkan layanan Go-jek dalam jangka waktu yang cukup lama. Kemungkinan, pengalaman positif, ketersediaan layanan yang beragam, dan keandalan platform menjadi faktor yang mendorong

konsumen untuk tetap menggunakan Go-jek dalam jangka waktu yang panjang. informasi ini dapat menjadi landasan bagi Go-jek untuk mempertahankan kualitas layanan, mengidentifikasi kebutuhan pelanggan yang terus berkembang, dan memperkuat relasi dengan konsumen setia di Semarang.

6. Deskripsi Penggunaan Go-jek dalam Sebulan Responden

Penggunaan Go-jek dalam sebulan responden menunjukkan frekuensi dalam menggunakan Go-jek oleh responden selama satu bulan. Frekuensi penggunaan Go-jek oleh para responden dalam sebulan, dapat dilihat pada tabel 2.6.

Tabel 2.6 Deskripsi Berdasarkan Penggunaan Go-jek dalam Sebulan

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	< 5 Kali	69	65,7%
2	5-10 Kali	26	24,8%
3	11-15 Kali	3	2,9%
4	> 15 Kali	7	6,7%
Jumlah		105	100%

Dapat dijelaskan bahwa karakteristik responden berdasarkan penggunaan Go-jek selama satu bulan yaitu < 5 kali (65,7%), > 15 kali (6,7%), 11-15 kali (2,9%), dan 5-10 kali (24,8%), maka responden dengan penggunaan Go-jek dalam sebulan sebanyak < 5 kali lebih mendominasi yaitu sebanyak 69 responden atau sebesar 65,7% dari keseluruhan responden. Hal ini menandakan buat alasan 1 paragraf untuk konsumen pengguna gojek semarang.