

BAB II

GAMBARAN UMUM PT. GOJEK INDONESIA

Pada sub bab ini hendak dijabarkan berkenaan pada gambaran umum perusahaan PT Gojek Indonesia menjadi industri yang bergerak dalam bidang layanan jasa transportasi *online*. Gambaran umum industri hendak dipakai guna memahami sejumlah hal dimana berkenaan pada perusahaan, diantaranya yakni sejarah perusahaan, visi serta misi perusahaan, logo perusahaan, struktur perusahaan serta layanan yang diberi perusahaan.

2.1 Sejarah Perusahaan

PT. Gojek Indonesia yakni karya anak bangsa dimana bergerak dalam bidang layanan jasa transportasi secara *online* yang dipesan melalui smartphone. Gojek juga yakni industri melalui basis teknologi dimana asalnya dari Indonesia yang menjadi jasa angkutan dengan ojek. Gojek sendiri dicetuskan Nadiem Makarim di tahun 2010 di Jakarta. Perusahaan ini dibentuk untuk menjadi sebuah solusi yang dapat memudahkan kehidupan sehari-hari masyarakat ditengah kemacetan kota-kota besar. Pemakaian aplikasi Gojek, menjadikan konsumen merasa cenderung dimudahkan sebab pengemudi menjemput konsumen selaras pada posisinya. Aplikasi Gojek tidak hanya menjemput selaras pada posisinya, namun juga mensentralisasi pemesanan serta membagikan bagi pengemudi yang dekat dengan tempat konsumen dimana

menjadikan sejumlah pelanggan tidak perlu membuang waktu akibat menunggu lama (Markey.id, 2023).

Aktivitas Gojek diawali di tahun 2010 menjadi *call-center* ojek *online* di Indonesia. Berikutnya di tahun 2015 Gojek membentuk aplikasi sendiri serta meluncurkan 3 layanan utama yakni: GoRide, GoSend, serta GoMart. Sejak itu, aplikasi ini sudah berkembang menjadi Super App, platform multi- layanan melalui 22 layanan diaplikasinya saat ini. Gojek kini menjadi grup platform teknologi terkemuka dimana memberi pelayanan bagi jutaan pemakai di Asia Tenggara serta menjadi industri dimana bisa mencukupi keperluan masyarakat (Markey.id, 2023).

Go-Jek bisa dipesan dengan Go-Jek App dimana bisa diunduh dengan Play Store ataupun App Store. Dalam awal peluncuran aplikasi pada masa satu bulan aplikasi ini telah berhasil meraih 150.000 download, pada rating 4,4 dari 5 bintang. Guna pembayarannya pun bisa memakai Go-Jek Credit maupun Go-Pay. Go-Pay yakni teknik pembayaran GoJek dimana disusun *cashless* serta bisa dipakai guna membayar seluruh layanan. Di samping memakai GoPay guna menjalankan pembayaran, aplikasi ini pula mengizinkan konsumen guna membayar melalui cash. Pengisian saldo GoPay bisa dijalankan melalui transfer melalui ATM, internet banking maupun mobile banking, top up dari pengemudi, serta bisa menjalankan di minimarket terdekat. Guna menarik maupun menambah layanan GoPay, Gojek umumnya memberi penawaran menarik seperti promo maupun diskon tiap bulan atau tiap tanggal merah. Gojek

melengkapi aplikasinya melalui kemudahan pemakai melalui penawaran layanan scan barcode guna menjalankan transaksi. Scan barcode hanya bisa dijalankan melalui pembayaran dimana mempunyai outlet seperti restoran maupun kafe. Di samping itu, scan barcode pula bisa mengirim saldo GoPay serta mentransfer ke akun bank dimiliki dari orang satu ke yang lain (Markey.id, 2023).

Pada bulan Maret 2018 ini, Go-Jek sudah bermitra bersama lebih dari 250.000 driver ojek dimana sudah tersebar di 50 kota di Indonesia, antara lain ada Salatiga, Semarang, Solo, serta Yogyakarta. Go-Jek pula menjalankan pelatihan bagi mitra driver mereka guna memberi kepuasan pelayanan bagi konsumen. Aplikasi Go-Jek menduduki peringkat pertama pada kategori pencarian aplikasi gratis-populer di perjalanan dan lokal, dan aplikasi Go-jek sudah diunduh di atas 190.000.000 kali di Play Store di sistem Android serta App Store di perangkat iOS (Markey.id, 2023).

2.2 Visi dan Misi PT. Gojek Indonesia

2.2.1 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.” (Gojek.com, 2023)

2.2.2 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 (Gojek.com, 2023). 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 *ojekonline*.

2.3 Logo PT. Gojek Indonesia

Logogram yang dipakai pada identitas Go-Jek yakni seorang mengendarai sepeda motor pada lambang sejumlah garis melengkung di atas kepala dengan warna hijau dimana menampilkan transportasi ojek yang berbasis *online*. Logo Gojek sudah mengalami sejumlah perubahan sepanjang sejarahnya, yang terakhir merupakan rebranding terbaru dimana pada tanggal

22 Juni 2019 Gojek secara resmi meluncurkan logo dan penulisan korporasi barunya. Ikon baru yang disebut “Solv” menjadi lambang transformasi Gojek yang semula hanya merupakan layanan ojek *online* menjadi sebuah aplikasi super dimana bisa menyediakan sejumlah cara cerdas serta praktis. Diambil dari kata “Solve” yang artinya menyelesaikan, logo Solv ditampilkan pada lingkaran tidak sempurna pada titik di sisi tengah (Go-Jek.com, 2023).



Gambar 2. 1 Logo PT. Gojek Indonesia

Sumber :<https://www.gojek.com/id-id/>, 2023

Logo Solv bisa menimbulkan kesan yang berbeda-beda pada setiap orang. Ada dimana mencakup kesan menjadi bentuk tombol daya (*power*), selaras dengan ini misi Gojek guna menjalankan pemberdayaan masyarakat (*empowering*). Sisi lain menangkap Solv seperti ikon kaca pembesar dimana dipakai pada kegunaan pencarian (*search*), selaras pada Gojek bisa dipakai

guna mencukupi sejumlah keperluan yang banyak dicari manusia. Kesan seperti titik penanda (*pin*) seperti dimana ada di aplikasi peta digital, hal ini menampilkan hadirnya Gojek dimanapun itu. Logo ini pula menjadi representasi dari mitra pengemudi (*driver*) Gojek dimana setia melayani pemakai, sebab bila diamati dari atas maka gambar titik (*dot*) seolah menggambarkan driver serta lingkaran yang mengitarinya menjadi kendaraan (Go-Jek.com, 2023).

Tulisan Gojek yang semula ditulis “GO-JEK” diganti dengan “gojek”. Secara menyeluruh, logo baru Gojek masih bertahan pada warna dasar hijau sebagai simbol pertumbuhan, kebangkitan, stabilitas, ketahanan, dan kemakmuran. Hijau sebagai warna dengan arti kombinasi positif, dimana kehadiran Gojek membawa misi besar untuk membawa pengaruh positif bagi lingkungan sekitarnya (Go-Jek.com, 2023).

2.4 Tiga Pilar PT. Gojek Indonesia

1. Kecepatan

Bergerak cepat dan mendorong batasan.

2. Inovasi

Menyelesaikan masalah dalam skala besar untuk mempermudah hidup Anda.

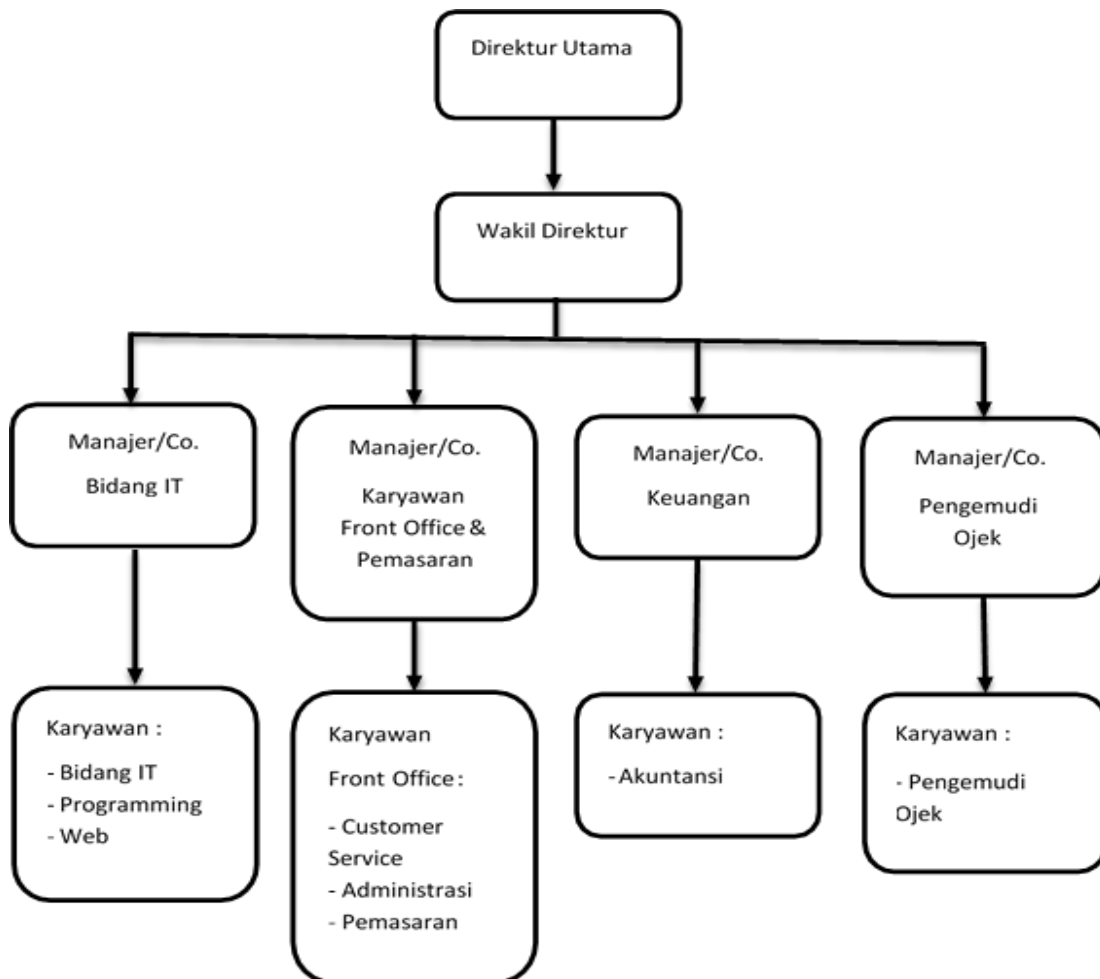
3. Dampak Sosial

Mentransformasi hidup dan menginspirasi perubahan untuk masyarakat Indonesia.

2.5 Struktur Organisasi PT. Gojek Indonesia

Struktur organisasi yang dipakai oleh PT. Gojek Indonesia yakni Struktur Organisasi Fungsional, yakni pembagian tugas dimana dibagi kedalam golongan fungsional yang terpisah. Berikut ini hendak digambarkan struktur organisasi PT. Gojek Indonesia (Gojek.com, 2023).

Gambar 2. 2 Struktur Organisasi PT. Gojek Indonesia



Sumber : www.gojek.com, tahun 2023

2.6 Deskripsi Pekerjaan

A. Direktur Utama

- a. Memutuskan serta menetapkan aturan serta kebijakan paling tinggi perusahaan.
- b. Bertanggung jawab guna memimpin serta melaksanakan usaha.
- c. Bertanggung jawab pada laba serta juga kerugian yang dirasa perusahaan.
- d. Merancang serta mengembangkan sumber penerimaan serta pembelanjaan kekayaan industri.
- e. Menetapkan taktik guna meraih Visi-Misi perusahaan.
- f. Mengkoordinasi serta mengawasi seluruh aktivitas industri diawali pada bidang administrasi, kepegawaian sampai pengadaan barang.

B. Wakil Direktur

- a. Membantu seluruh tugas direktur utama dimana menjadi wakil di tiap daerah.

C. Manager IT

- a. Mengembangkan serta membentuk strategi diikuti rancangan IT Go-Jek guna memudahkan pekerjaan serta pada pelayanan bagi konsumen.
- b. Mengkoordinir serta mengatur pendayagunaan *software, hardware, braiware* serta jaringan di bidang TIK guna meraih performa optimum Go- Jek Indonesia.
- c. Mengatur layanan pembentukan tatanan komputerisasi serta program aplikasi perangkat yang terintegrasi.
- d. Menyediakan data yang dibutuhkan bagian lain dimana berkenaan pada IT.

D. Manager Karyawan *Front Office* & Pemasaran

- a. Melatih, menentukan serta menjalankan evaluasi karyawan *front office*.
- b. Memastikan bila karyawan memahami komputerisasi, etika menerima keluhan dengan langsung maupun via telepon serta standard operasional Go-Jek.
- c. Mengatasi aduan konsumen dimana tidak bisa dituntaskan bawahannya.
- d. Menyusun laporan daftar konsumen.
- e. Menjaga rasa disiplin petugas kantor melalui pemberian sanksi serta peringatan bagi yang melanggar.
- f. Merancang serta menentukan semua hal dimana berkenaan pada pemasaran.

E. Manager Akuntansi

- a. Mengkoordinasi perencanaan anggaran.
- b. Menjalankan pengembangan format penetapan serta pertanggungjawaban finansial.
- c. Mengkoordinasi berjalannya audit.
- d. Menjalankan pencatatan finansial.
- e. Bertanggung jawab pada wakil direktur.
- f. Merancang, mencegah serta menyusun ketetapan pada seluruh aktivitas akuntansi.
- g. Menerima laporan arus kas keluar serta masuk ke perusahaan.

F. Manager Ojek

- a. Menyusun kelompok-kelompok tukang ojek.
- b. Mengkoordinir seluruh karyawan tukang ojek.
- c. Selalu menjalankan kontrol di tiap lini pangkalan Go-Jek.

d. Bertanggung jawab pada wakil direktur atas seluruh karyawan tukang ojek.

G. Karyawan

a. Bidang Programming :

a) Menjalankan seluruh aktivitas yang ditentukan oleh manajer IT di bidang Programming.

b) Bertanggung jawab terkait program bagi manajer IT.

b. Bidang Web :

a) Menjalankan seluruh aktivitas dimana ditentukan oleh manajer IT dibidang Web.

b) Bertanggung jawab berkenaan pada program aplikasi atau web go-jek.

c. *Front office* (CS. Administrasi & Pemasaran) :

a) Menjalankan seluruh aktivitas *front office* dimana ditentukan oleh Manajer Front Office dan Administrasi.

b) Bertanggung jawab bagi Manajer Front Office dan Administrasi.

d. Tukang Ojek :

a) Menjalankan seluruh aktivitas dimana ditentukan oleh manajer bagian ojek

b) Mengantarkan penumpang serta pesanan selaras pada masa ditentukan serta menjaga hubungan baik bersama konsumen.

c) Bertanggung jawab bagi atasannya.

2.7 Layanan Gojek

Aplikasi Gojek telah menyediakan 22 macam layanan jasa sampai dengan saat ini (Gojek.com, 2023). Gojek di Semarang telah mengimplementasikan semua layanan sesuai aplikasi, yaitu:

1. Go-Ride

Go-Ride yakni layanan transportasi sepeda motor dimana bisa mengantar anda ke sejumlah lokasi secara lebih mudah serta lebih cepat.

2. Go-Car

Go-Car yakni layanan transportasi memakai mobil guna mengantarkan Anda kemanapun secara nyaman.

3. Go-Food

Go-Food yakni layanan pesan-antar makanan pada lebih dari 30.000 daftar restoran.

4. Go-Mart

Go-Mart yakni layanan dimana bisa dipakai guna berbelanja ribuan jenis barang dari sejumlah macam toko di area anda.

5. Go-Send

Go-Send yakni layanan kurir instan dimana bisa dipakai guna mengirim surat serta barang pada waktu 60 menit.

6. Go-Box

Go-Box yakni layanan pindah barang ukuran besar memakai truk/ mobil bak/blind van.

7. Go-Tix

Go-Tix yakni layanan informasi melalui akses pembelian serta pengantaran

tiket langsung ke tangan Anda.

8. Go-Med

Go-Med yakni hasil kerjasama Go-Jek dengan Halodoc. Go-Med tidak memberi produk apapun, namun mengaitkan pemakai pada lebih dari 1000 apotek di Jabodetabek, Bandung, serta Surabaya.

9. Go-Massage

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

10. Go-Clean

Go-Clean yakni layanan jasa kebersihan professional guna membersihkan kamar kos, rumah, serta kantor Anda.

11. Go-Glam

Go-Glam yakni layanan jasa perawatan kecantikan guna manicure-pedicure, creambath, waxing, serta yang lain langsung ke rumah Anda.

12. Go-Auto

Go-Auto yakni layanan perawatan cuci, servis, serta layanan darurat bagi kendaraan baik mobil ataupun motor kapanpun serta dimana pun.

13. Go-Bluebird

Go-Bluebird yakni layanan guna panggilan taksi Bluebird dengan aplikasi Gojek.

14. Go-Busway

Go-Busway yakni layanan guna mengamati jadwal layanan bus Transjakarta serta memesan Go-Ride guna mengantar Anda kesana.

15. Go-Pulsa

Go-Pulsa yakni layanan pembelian pulsa maupun internet melalui pembayaran memakai saldo Go-Pay.

16. Go-Bills

Go-Bills yakni layanan pembayaran tagihan misalnya tagihan listrik, membeli token listrik sampai BPJS dengan sistem pembayaran memakai saldo Go-Pay.

17. Go-Points

Go-Points yakni program loyalty dari Go-Jek khusus bagi pemakai Go-Pay. Tiap transaksi memakai Go-Pay akan mendapat 1 token, mainkan token, kumpulkan poin serta mendapat reward menarik.

18. Go-Sure

Go-Sure adalah layanan asuransi melalui aplikasi Gojek.

19. Go-Laundry

Go-Laundry yakni layanan pencucian pakaian dimana bisa di akses dengan aplikasi Gojek.

20. Go-Learn

Go-Learn yakni layanan belajar *online* dengan aplikasi Gojek.

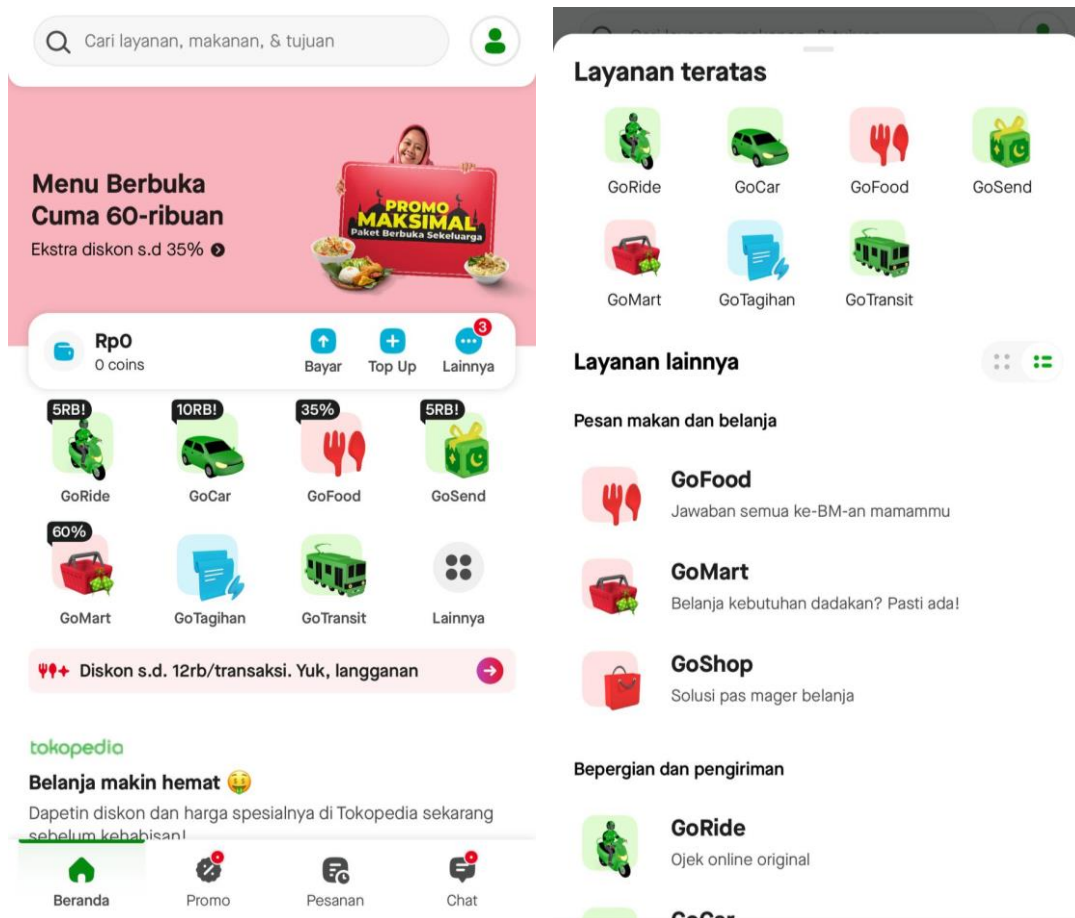
21. Go-Fitness

Go-Fitness yakni layanan olahraga serta kebugaran dengan aplikasi Gojek.

22. Go-Pay

Go-Pay yakni layanan dompet virtual guna memberi kemudahan bagi transaksi Anda pada aplikasi Gojek.

Gambar 2.3 Tampilan Aplikasi Go-Jek



Sumber : Aplikasi Gojek, 2024

2.8 Identitas Responden

Responden pada penelitian ini yakni pemakai jasa layanan transportasi *online* Gojek di Kota Semarang pada total 100 orang dalam syarat yang sudah ditetapkan serta mempunyai heterogenitas karakter dimana bisa memberi asumsi yang berbeda berkenaan pada variabel penelitian.

Penetapan responden memakai sebuah syarat bagi keabsahan penelitian. Adapun syarat yang dipakai guna mengambil sampel yakni sebagai berikut :

1. Penduduk yang berdomisili di Kota Semarang
2. Pernah menggunakan layanan Gojek minimal 2 kali dalam kurun waktu

maksimal 3 bulan terakhir

3. Pernah membaca *Electronic word of mouth* Gojek di media sosial
4. Bersedia untuk mengisi kuesioner untuk keperluan penelitian.

Berdasarkan data yang telah diisi oleh responden, diperoleh kondisi responden berdasarkan usia, jenis kelamin, alamat domisili Semarang, berapa kali menggunakan layanan Gojek dalam kurun waktu 3 bulan terakhir, dan pengalaman responden mencoba jasa layanan Gojek.

2.8.1 Identitas Responden Menurut Usia

Usia yakni sebuah hal dimana memberi pengaruh bagi persentase kematangan individu serta menampilkan masa produktif responden guna bekerja serta umur responden bisa memberi pengaruh bagi jawaban pada suatu penelitian.

Tabel 2.1 ini menampilkan data responden mengacu dari golongan umur.

Tabel 2. 1 Identitas Responden Berdasarkan Usia

No	Kelompok Usia	Jumlah	Persentase (%)
1	≤ 20 tahun	10	10%
2	21 – 30 tahun	90	90%
3	31 – 40 tahun	0	0%
4	> 40 tahun	0	0%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2024

Berdasarkan tabel 2.1 bisa dipahami bila mayoritas responden sejumlah 90% dengan kelompok usia antara 21 - 30 tahun serta diikuti pada kelompok usia < 20 tahun. Dari data tersebut bisa diketahui kebanyakan pengguna jasa layanan transportasi *online* Gojek berkisar pada umur 21 – 30 tahun, dimana golongan umur ini memerlukan mobilitas yang tinggi guna kebutuhan kuliah maupun bekerja.

2.8.2 Identitas Responden Menurut Jenis Kelamin

Pengumpulan data responden mengacu dari jenis kelamin responden bermaksud guna memahami rasio total laki-laki serta perempuan dimana menjawab pertanyaan penelitian. Tabel 2.2 ini menampilkan data responden mengacu dari jenis kelamin.

Tabel 2. 2 Identitas Responden menurut Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
1	Laki-laki	19	19%
2	Perempuan	81	81%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2024

Dalam tabel 2.2 diamati bila rasio responden berjenis kelamin perempuan serta laki laki tidak seimbang yakni 19 responden laki- laki serta 81 responden perempuan. Dari data tersebut, diamati bila pemakai jasa layanan transportasi *online* Gojek di Kota Semarang memiliki komposisi tidak seimbang sebab perempuan memiliki mobilitas yang cenderung tinggi dibanding laki-laki bagi keperluan pada transportasi *online*.

2.8.3 Identitas Responden Menurut Status Pendidikan

Dalam penelitian ini status pendidikan responden didapat dengan kuesioner serta hendak dipakai guna memahami ragam pendidikan pada tiap responden. Status pendidikan yang dimaksud yakni pendidikan yang sedang ditempuh atau yang telah dilaksanakan oleh responden, seperti pada tabel berikut:

Tabel 2. 3 Identitas Responden Menurut Status Pendidikan

No	Pendidikan Terakhir	Jumlah	Persentase(%)
1	SD	0	0%
2	SMP	0	0%
3	SMA	84	84%
4	Diploma/Sarjana	13	13%
5	Pasca Sarjana	3	3%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2024

Mengacu dari Tabel 2.3. dalam penelitian ini terdiri dari berbagai status pendidikan, maka dapat diketahui bahwa status pendidikan responden terbanyak adalah dengan pendidikan SMA pada total sejumlah 84 orang (84%), jenis pendidikan terbanyak kedua yakni Diploma/Sarjana pada total sejumlah 13 orang (13%) serta jenis pendidikan terbanyak terakhir yakni Pasca Sarjana pada total sejumlah 3 orang (3%).

2.8.4 Identitas Responden Menurut Jumlah Uang Saku

Total yang dimaksud pada pengamatan ini yakni total uang saku yang didapat responden tiap bulannya. Berikut yakni data terkait total uang saku responden.

Tabel 2. 4 Identitas Responden Berdasarkan Jumlah Uang Saku

No	Jumlah Uang Saku	Jumlah	Persentase (%)
1	< Rp. 650.000	43	43%
2	Rp. 650.000 – Rp. 1.300.000	29	29%
3	> Rp. 1.300.000 – Rp. 2.600.000	17	17%
4	> Rp. 2.600.000 – Rp. 5.200.000	11	11%
5	> Rp. 5.200.000	0	0%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data primer yang diolah , 2024

Dari tabel 2.4 diatas bisa diamati bila total penghasilan per bulan sekitar dari <Rp. 650.000 yakni responden terbanyak pada persentase 43%, disertai responden

pada penerimaan tiap bulan sekitar dari Rp. 650.000 – Rp. 1.300.000 dimana ada di posisi kedua dengan 29%, disertai responden pada penerimaan tiap bulan sekitar dari >Rp. 1.300.000 – Rp. 2.600.000 dimana ada di posisi ketiga dengan 17% serta yang paling sedikit yakni 11% bagi responden pada penerimaan tiap bulan sekitar >Rp. 2.600.000 – Rp. 5.200.000.

2.8.5 Identitas Responden Menurut Status Pekerjaan

Dalam penelitian ini status pekerjaan responden didapat dengan kuesioner serta hendak dipakai guna memahami ragam pekerjaan pada tiap responden. Status pekerjaan yang dituju yakni pekerjaan utama ataupun aktivitas utama yang dijalankan oleh responden.

Tabel 2. 5 Identitas Responden Menurut Status Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah	Persentase (%)
1	Pelajar/Mahasiswa	93	93%
2	Pegawai Negeri Sipil	0	0%
3	Karyawan Swasta	4	4%
4	Ibu Rumah Tangga	0	0%
5	Belum Bekerja	3	3%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2024

Mengacu pada tabel diatas, maka bisa diamati bila responden terbanyak yakni dengan status pekerjaan pelajar/mahasiswa pada total sejumlah 93 orang (93%) yang mana hal ini menyatakan bahwa pengguna transportasi *online* merek Gojek di dominasi oleh Pelajar/Mahasiswa, status pekerjaan terbanyak kedua yaitu karyawan swasta dengan jumlah sebanyak 4 orang (4%) dan status pekerjaan paling sedikit yaitu belum bekerja dengan jumlah sebanyak 3 orang (3%) yang mana status pekerjaan tersebut terdiri dari lulusan S1 yang belum mendapat pekerjaan.

2.8.6 Identitas Responden Berdasarkan Jumlah Penggunaan Layanan

Gojek

Total pemakaian layanan Gojek yang dimaksud pada penelitian ini yakni berapa kali konsumen memakai layanan Gojek di Kota Semarang pada 3 bulan terakhir. Berikut ditampilkan data responden mengacu dari total pemakaian layanan Gojek pada 3 bulan terakhir di Kota Semarang.

Tabel 2. 6

Responden Berdasarkan Jumlah Penggunaan Layanan Gojek Dalam 3 Bulan terakhir

No	Jumlah Penggunaan	Jumlah	Persentase (%)
1	1 kali	0	0%
2	2 kali	29	29%
3	3 kali	13	13%
3	> 3 kali	58	58%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data primer yang diolah , 2024

Pada tabel 2.6 di atas bisa diamati kebanyakan responden pernah memakai layanan Gojek sejumlah > 3 kali pada 3 bulan terakhir di Kota Semarang pada persentase sejumlah 58%. Sejumlah 29% responden sudah memakai layanan Gojek sejumlah 2 kali pada 3 bulan terakhir serta sejumlah 13% responden pernah memakai layanan Gojek sejumlah 3 kali pada 3 bulan terakhir. Hal tersebut menampilkan bila mayoritas responden rutin memakai Gojek di Kota Semarang.

2.8.7 Identitas Responden Berdasarkan Jasa Transportasi *Online* Gojek yang Sering Dipakai

Jasa transportasi *online* kini makin bertambah banyak serta menjadi kompetitor Gojek. Gojek sama-sama menyediakan 2 layanan transportasi *online* yang bisa dipakai oleh konsumen seperti Go-Ride dan Go-Car. Data responden mengacu dari jasa transportasi *online* dimana biasa dipakai mempunyai maksud

guna memahami jasa apa yang biasa dipakai. Berikut ditampilkan data responden mengacu dari jasa transportasi *online* dimana biasa dipakai:

Tabel 2. 7

Responden Berdasarkan Jasa Transportasi *Online* yang Sering Dipakai

No	Jasa Transportasi <i>Online</i> yang Sering Dipakai	Jumlah	Persentase (%)
1	Go-Ride	84	84%
2	Go-Car	16	16%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data primer yang diolah , 2024

Dari data tabel 2.8 diamati bila mayoritas responden sering memakai jasa transportasi *online* gojek dengan layanan Go-Ride dibanding dengan Go-Car. Hal ini dibuktikan dengan hasil datanya bahwa 84 orang (84%) responden sering memakai Go-Ride dan 16 orang (16%) responden memakai Go-Car.