

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Gojek

Pada 13 Oktober 2010, Nadiem Makarim mendirikan Perusahaan Gojek. Pemikiran ini berawal dari keinginan Nadiem sendiri untuk memanfaatkan jasa ojek setiap hari saat berangkat kerja. Menurut Nadiem, ojek kebanyakan ditemukan di daerah pengkolan atau semacamnya. Selain itu, Nadiem juga menilai ojek masih menjadi angkutan umum yang menarik dibandingkan angkutan umum lainnya. Melihat keunikan tersebut, Nadiem melihat peluang yang potensial untuk bisa memahami dan mengembangkan layanan bagi ojek dan penumpangnya. Dengan banyaknya pertimbangan tersebut, Nadiem resmi mendirikan Gojek pada tahun 2010.

PT Gojek Indonesia saat itu hanya memiliki satu call center dan 20 ojek. Awal mulanya, Gojek tidak menggunakan platform aplikasi seperti sekarang ini. Pada perkembangannya, tepatnya Gojek pertama kali dibuat yakni di tahun 2015. Aplikasi tersebut menghasilkan peningkatan dari 3.000 menjadi 10.000 *order* di setiap harinya. Pada awalnya, layanan Gojek hanya tersedia di Jakarta, namun PT Gojek Indonesia mulai berkembang di luar kota Jakarta. Pada tahun yang sama, Gojek mulai menawarkan layanan pesan-antar makanan, penjualan tiket film, dan pembayaran berbagai tagihan rumah tangga. Sekitar waktu yang sama, Gojek telah mendapatkan subsidi dari berbagai sumber, mulai dari NSI Dares hingga Sequoia Capital. Kemudian, pada tahun 2016, Gojek menerima pendanaan sebesar 550 juta dolar. Seiring dengan ekspansi penting dalam pengembangan Gojek, hal ini telah

mampu menarik perusahaan-perusahaan raksasa untuk berinvestasi di Gojek, termasuk Google, Astra Global, Paypal, dan Facebook. Gojek mampu mengukuhkan dirinya sebagai perusahaan unicorn pertama di Indonesia pada 2017. Pada tahun ini, PT Goto mengalami ekspansi pesanan menjadi 300.000 *order* setiap harinya. Selain itu, diketahui bahwa Gojek menyediakan kesempatan bagi lebih dari 30.000 teman-teman penyandang disabilitas untuk berkumpul. Fortune menempatkan PT Gojek pada posisi ke-17 dari 20 perusahaan pengubah dunia setelah terjadinya perkembangan 3.600 kali hanya dalam jangka waktu 1,5 tahun, menjadi perusahaan yang meraih pertumbuhan tercepat di seluruh dunia.

Perusahaan terus berekspansi sepanjang tahun 2018 seiring PT Gojek Indonesia berekspansi ke luar negeri, khususnya ke Thailand dan Vietnam. Gojek diperkenalkan sebagai GoViet di Vietnam, sedangkan GET diperkenalkan di Thailand. Tentu saja, ini disesuaikan dengan spesifikasi masing-masing negara untuk pendekatan yang lebih terlokalisasi. Pada tahun 2019, Gojek kembali meraih penghargaan dari Fortune #1 dan sekitar waktu yang sama, mitra pengemudi Gojek telah mencapai 2 juta. Tepatnya pada tahun 2020, aplikasi Gojek di Indonesia, Singapura, Thailand, dan Vietnam terkonvergensi di mana aplikasi Gojek telah diunduh lebih dari 190 juta kali, dan berperan signifikan saat-saat menghadapi Covid-19. Kemudian, pada saat itu, di tahun 2021, Tokopedia dan Gojek melakukan merger perusahaan bernama GoTo, perusahaan teknologi terbesar di Indonesia dan menjadi wadah "go to" untuk mengatasi berbagai masalah keseharian. Saat ini, PT GoTo Indonesia memiliki berbagai macam produk dan layanan, mulai dari

transportasi, strategi, layanan pembayaran, hingga pemesanan makanan dan lain-lain.

2.2 Visi dan Misi Gojek

Sebuah perusahaan maupun suatu organisasi tentunya mempunyai tujuan jangka panjang yang hendak dicapai untuk tetap menjaga keberlangsungan usahanya. Dalam proses pencapaian tujuan tersebut disertai dengan berbagai macam cara untuk meraihnya. Gojek menyampaikan tujuannya secara jelas di visi dan misi berikut:

2.2.1 Visi

Membantu dalam peningkatan sistem transportasi Indonesia, memudahkan masyarakat untuk mengirim dokumen dan melakukan belanja sehari-hari dengan jasa kurir, dan memberikan kontribusi masa depan bagi kesejahteraan pengemudi ojek di Indonesia.

2.1.1 Misi

1. Menjadi acuan dalam konsistensi dan pengelolaan sarana transportasi yang baik
2. Mendukung dan memberi solusi bermanfaat bagi konsumen
3. Memberikan kesempatan kerja bagi sebanyak mungkin masyarakat Indonesia
4. Membangun kesadaran dan CSR perusahaan dan masyarakat
5. Menjalinkan hubungan baik dengan mitra bisnis taksi online sesuai pedoman pengelolaan perusahaan transportasi terbaik

2.3 Logo Gojek

Logo Gojek merupakan suatu gambar atau sketsa yang mewakili suatu arti dari identitas suatu brand (perusahaan) Gojek itu sendiri. Logo Gojek dalam perjalanannya juga mengalami evolusi, dimana di awal kemunculan logo yang ditampilkan di aplikasi berupa sepeda motor berwarna hijau, namun saat ini setelah dilakukannya *rebranding*, logo Gojek saat ini diberi nama Solv, yang mengalami perubahan bentuk menjadi satu tombol dan lingkaran yang mana melambangkan satu layanan untuk semua dan lingkaran merepresentasikan Gojek yang semakin solid dalam memberikan pelayanan bagi khalayak. Solv berasal dari istilah asing “Solve” memiliki arti memecah masalah. Pendiri Gojek sendiri juga mengatakan Gojek tidak hanya bergelut di sektor *ride-hailing* saja, namun berbagai macam transaksi pembayaran mampu dilakukan melalui Gojek.



Gambar 2.1 Logo Gojek

Sumber : www.wikipedia.com

2.4 Produk Gojek

1. Transportasi & Logistik

a. GoRide.

GoRide adalah layanan transportasi menggunakan motor atau biasa disebut ojek

b. GoCar.

Gocar merupakan layanan transportasi dengan mobil semacam taksi.

c. GoSend.

GoSend merupakan layanan *delivery* mencakup makanan/minuman atau barang penting dengan cepat dan tepat mampu mencakup lingkup kota.

d. GoBox.

Go Box merupakan layanan *delivery* berskala besar yang menggunakan kendaraan roda empat. Berbeda dengan GoSend, layanan ini tidak memiliki batasan jarak yang signifikan. Di wilayah layanan GoBox, barang dapat dikirim hingga lebih dari 100 kilometer..

e. GoBlueBird.

Go Bluebird adalah layanan khusus untuk *order* taksi Blue Bird. Pelanggan di Indonesia dapat mengakses banyak unit Blue Bird melalui GoBlueBird.

2. Pembayaran

a. GoPay.

Gopay merupakan *e-wallet* fleksibel yang diklaim oleh Gojek, yang dapat melayani semua itu, mulai dari transaksi sederhana dan banyak mitra, hingga mengirim atau menerima uang tunai secara efektif, semua diselesaikan dengan GoPay.

b. GoTagihan.

GoTagihan adalah pelayanan tagihan BPJS, pulsa, air, gas, internet, token listrik, dan TV kabel.

c. GoPayLater.

GoPayLater dari Findaya merupakan teknik cicilan yang penting bagi GoTo Monetary. Misalnya dipergunakan untuk bayar tagihan, beli makanan, hingga pakaian, semuanya bisa dilakukan. Rekan-rekan Tokopedia hingga GoPay secara online, dan offline.

d. GoGive.

GoGive adalah layanan untuk sebagai perantara konsumen mendonasikan bantuan.

e. GoSure.

GoSure adalah produk yang memiliki asuransi dari aset tertentu.

f. GoInvestasi.

GoInvestasi adalah alternatif termudah dan paling murah untuk investasi kecil maupun besar dalam membiasakan pengguna untuk *saving*.

g. GoCorp.

GoCorp merupakan kemudahan pelayanan untuk menyediakan jasa transportasi kantor melalui aplikasi Gojek bisa disesuaikan dengan limit penggunaan. Transportasi yang memiliki banyak mitra GoCar, GoCar+, dan GoRide mampu melayani para konsumen.

3. Pesan Makanan dan Belanja

a. GoFood.

GoFood merupakan layanan dimana pelanggan bisa pesan makan dan minuman hanya melalui aplikasi dan di antar sampai tujuan.

b. GoMart.

GoMart merupakan pelayanan oleh perusahaan dimana pelanggan mampu membeli barang dari supermarket maupun minimarket tanpa keluar rumah, hanya dengan melalui aplikasi, lalu pilih item, bayar, dan tunggu barang-barang tersebut diantar ke tempat tujuan.

c. GoMed.

GoMed merupakan layanan yang memudahkan seluruh pengguna Gojek Indonesia untuk mendapatkan akses perawatan medis berkualitas dari dokter ahli dan institusi terpercaya.

d. GoShop.

GoShop adalah layanan Gojek yang memberikan kesempatan bagi pelanggan membeli barang-barang yang dibutuhkan dimanapun.

4. Hiburan

a. GoPlay.

GoPlay adalah aplikasi streaming yang memberi kesempatan *user* guna menonton banyak jenis hiburan.

b. GoTix.

GoTix adalah layanan pesan tiket bioskop secara *online*.

5. Bisnis

a. GoBiz.

GoBiz merupakan aplikasi manajemen super dari Gojek yang ditujukan bagi para pelaku bisnis di Indonesia. Aplikasi ini dapat digunakan untuk melakukan berbagai hal, mulai dari mengelola pesanan GoFood dan

pembayaran GoPay di dalam toko, hingga menganalisis laporan penjualan dan membuat promosi.

b. MidTrans.

MidTrans adalah pelayanan khusus untuk pembayaran offline dan online. Pembayaran beroperasi selama 24 jam, pelanggan akan lebih mudah memutuskan untuk menggunakan e-cash, charge/Visas, atau pembayaran secara cash.

c. Moka.

Moka merupakan pelayanan untuk berbagai solusi menyediakan kebutuhan penjualan offline dan online. Moka memiliki sistem POS untuk toko offline dan memungkinkan Anda membangun toko online sendiri melalui GoStore.

d. Selly.

Selly merupakan konsol yang sudah jadi untuk membantu para penjual daring, mulai dari melihat biaya transportasi, menjawab kunjungan dengan teks otomatis, hingga meminta pesan dan melayani pembayaran, semuanya dapat dilakukan tanpa perlu bertukar aplikasi.

6. Program Loyalitas

Di awal tahun 2021, tepatnya di bulan Februari, Gojek resmi meluncurkan program loyalitas untuk pelanggan Gojek yang disebut GoClub. GoClub merupakan bentuk komitmen Gojek untuk meningkatkan pengalaman dan kepuasan pelanggan. Bersama dengan perangkat ini, Gojek akan memberikan bonus 20 XP (Experience Point) dengan berbagai

keistimewaan lain, seperti cashback dan diskon pada layanan GoRide dan GoCar.

Setelah berjalan kurang lebih 3 tahun, pada tanggal 26 Februari 2024 Gojek resmi menghentikan program GoClub. Saat ini program loyalitas digantikan dengan program Gojek Plus yakni program paket berlangganan layanan GoCar dan GoRide dimana terdapat pilihan waktu pemakaian mulai dari 14 hari, 30 hari, hingga 90 hari. Dengan adanya paket berlangganan tersebut, pelanggan akan mendapatkan voucher untuk mengurangi tarif perjalanan, harga produk, dan biaya jasa aplikasi lainnya. Selain itu, pelanggan juga bisa mendapatkan diskon penanganan atau biaya lainnya yang dibebankan oleh penyedia layanan. Paket Gojek Plus dapat diperpanjang otomatis setiap bulan dengan biaya berlangganan dipotong dari saldo Gopay atau Gopay Coins. Apabila saldo tidak cukup maka perpanjangan otomatis akan gagal. Berikut keuntungan paket berlangganan Gojek Plus:

1. GoRide : Diskon hingga Rp 8.000 setiap naik GoRide (120x/bulan – tidak termasuk GoRide Hemat)
2. GoCar : Diskon hingga Rp 8.000 setiap naik GoCar(120x/bulan)
3. GoFood : Diskon hingga Rp 12.000 setiap beli GoFood (10x/hari)
4. GoSend : Diskon 3rb per hari setiap GoSend (60x/bulan)
5. GoRide Hemat : Diskon hingga Rp 5.000 setiap naik GoRide Hemat (120x/bulan).

2.5 Identitas Responden

2.5.1 Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan data hasil dari kuesioner, pengguna gojek memiliki rentang usia yang berbeda-beda. Dalam menentukan kelas interval umur maka perlu dilakukan perhitungan menggunakan rumus *Sturgess* (Sugiono, 2017) :

$$K = 1 + 3,3 \text{ Log } n$$

Berikut adalah kelas interval identitas responden berdasarkan kelompok usia:

Tabel 2.1 Usia Responden

Usia	Frekuensi	Persentase (%)
17-25 Tahun	49	49
26-34 Tahun	27	27
35-43 Tahun	12	12
>43 Tahun	12	12
Total	100	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2024

Berdasarkan Tabel 2.1 , dapat diketahui bahwa pengguna layanan Gojek mayoritas berasal dari rentang umur 17-25 tahun yakni sebanyak 49% konsumen. Oleh karena itu, diketahui bahwa Gojek memiliki konsumen terbanyak dengan kategori umur remaja akhir hingga dewasa awal.

2.5.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan data dari 100 responden, berikut identifikasi responden berdasarkan jenis kelamin:

Tabel 2.2 Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
Laki-Laki	37	37
Perempuan	63	63
Total	100	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2024

Berdasarkan Tabel 2.2, dapat dilihat bahwa pengguna Gojek mayoritas pengguna Gojek adalah perempuan yakni sebanyak 63 orang (63%). Sedangkan pengguna Gojek laki-laki sebanyak 37 orang (37%).

2.5.3 Responden Berdasarkan pada Pekerjaan

Berdasarkan data dari 100 responden, berikut identifikasi responden berdasarkan jenis pekerjaan sebagai berikut:

Tabel 2.3 Pekerjaan Responden

Pekerjaan	Jumlah	Persentase (%)
Pelajar/Mahasiswa	38	38
PNS	8	8
Swasta	12	12
Pengusaha	15	15
Ibu Rumah Tangga	11	11
Lain-lain	16	16
Total	100	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2024

Berdasarkan Tabel 2.3, maka dapat diketahui bahwa pengguna layanan Gojek mayoritas adalah pelajar/mahasiswa, yakni sebanyak 38 orang (38%). Sementara pekerjaan yang paling sedikit menggunakan layanan Gojek adalah PNS yakni sebanyak 8 orang (8%), dan Lain-lain adalah distributor 3 orang (3%),

penjual sayur 2 orang (2%), audit 3 orang (3%), pegawai supermarket 6 orang (6%), dan sopir 2 orang (2%).

2.5.4 Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian

Berdasarkan data dari 100 responden, berikut identifikasi responden berdasarkan frekuensi pembelian:

Tabel 2.4 Frekuensi Pembelian Responden

Frekuensi Pembelian	Jumlah	Persentase (%)
1 kali	0	0
2 kali	49	49
3 kali	23	23
4 kali	15	15
≥5 kali	13	13
Total	100	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2024

Berdasarkan Tabel 2.4, diketahui bahwa frekuensi pembelian yang dilakukan oleh pelanggan dalam menggunakan layanan Gojek rata-rata ada di 2 kali pembelian yakni sejumlah 49 orang.

2.5.5 Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan / Uang Saku Per Bulan

Berdasarkan data dari 100 responden, berikut identifikasi responden berdasarkan tingkat pendapatan atau uang saku per bulan:

Tabel 2.5 Tingkat Pendapatan/Uang Saku Responden

Pendapatan	Frekuensi	Persentase (%)
≤ Rp 1.000.000	39	39
>Rp 1.000.000 – Rp 2.500.000	28	28
>Rp 2.500.000 – Rp 4.000.000	19	19

>Rp 4.000.000	14	14
Total	100	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2024

Berdasarkan Tabel 2.5, diketahui bahwa mayoritas responden memiliki pendapatan $\leq$ Rp 1.000.000 yakni sejumlah 39 orang (39%). Sementara itu, responden dengan pendapatan >Rp 4.000.000 merupakan responden yang paling sedikit yakni sebanyak 14 (14%). Banyak konsumen yang memiliki pendapatan $\leq$ Rp 1.000.000 karena memang sebagian besar responden adalah mahasiswa dimana keuangan masih bergantung pada orang tua mereka.

2.5.6 Responden Berdasarkan Produk & Layanan yang Sering Digunakan

Berdasarkan data dari 100 responden, berikut identifikasi responden berdasarkan layanan sering digunakan:

Tabel 2.6 Layanan yang Sering Digunakan

Produk & Layanan	Jumlah	Persentase (%)
GoRide	73	73
GoCar	27	27
Total	100	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2024

Berdasarkan Tabel 2.6, dapat diketahui bahwa mayoritas produk & layanan yang digunakan oleh pelanggan adalah GoRide, yakni sebanyak 73 orang (73%). Hal tersebut didukung oleh kondisi jalanan yang cenderung macet saat pergi ke tempat kerja/kampus sehingga memerlukan moda transportasi yang cepat dan murah.