

BAB II

DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

Deskripsi obyek penelitian digunakan untuk memberikan gambaran lebih jauh tentang objek tersebut. Objek kajian dalam penelitian ini adalah PT. Gojek Indonesia. Pada bab ini, akan dijelaskan mengenai gambaran umum perusahaan, meliputi: sejarah, visi dan misi, logo, pilar, layanan yang ditawarkan oleh perusahaan, mitra pengemudi “Gojek”. Selain itu, bagian bab ini juga akan memberikan gambaran mengenai keterkaitan mitra dengan permasalahan proses komunikasi interpersonal yang diangkat dalam penelitian ini.

A. SEJARAH PERUSAHAAN

PT. Gojek Indonesia adalah perusahaan penyedia layanan *on demand* berbasis *platform mobile online* milik PT. Aplikasi Karya Anak Bangsa. Perusahaan ini didirikan tahun 2010 oleh Nadiem Makarim, dan pada awalnya perusahaan ini hanya memberikan layanan jasa transportasi roda dua (ojek) yang dipesan melalui telephone saja. Namun, seiring dengan berjalannya waktu, pada tahun 2015 perusahaan ini merilis aplikasi yang dapat diunduh dari Playstore (Android) dan App Store (iPhone). Mulai tahun 2015 ini lah yang membuat Gojek mulai dikenal oleh seluruh masyarakat di Indonesia. Saat ini, Gojek sudah tersebar di lebih dari 50 kota di Indonesia (diakses dari <https://www.gojek.com/vision-mission/> pada 7 September 2021).

B. VISI DAN MISI PERUSAHAAN

Berikut merupakan visi dan misi yang dimiliki oleh PT. Gojek Indonesia (diakses dari <https://www.gojek.com/vision-mission/> pada 7 September 2021) :

1. Visi

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 kedepannya.

2. Misi

PT. Gojek Indonesia adalah startup Indonesia yang memiliki misi sosial. Perusahaan ini ingin meningkatkan kesejahteraan masyarakat dengan meningkatkan efisiensi pasar. Untuk itu, PT. Gojek Indonesia memiliki misi sebagai berikut:

- a. Menjadi acuan pelaksanaan kepatuhan dan tata kelola struktur transportasi yang baik dengan menggunakan kemajuan teknologi.
- b. Memberikan layanan prima dan solusi yang bernilai tambah kepada pelanggan.
- c. Membuka lapangan kerja selebar-lebarnya bagi masyarakat Indonesia.
- d. Meningkatkan kepedulian dan tanggung jawab terhadap lingkungan dan sosial.
- e. Menjaga hubungan baik dengan berbagai pihak yang terkait dengan usaha ojek *online*.

C. LOGO PERUSAHAAN

Logo yang dimiliki PT. Gojek Indonesia melambangkan satu tombol untuk semua orang. Lingkaran pada logo ini mewakili ekosistem Gojek yang berkembang dengan memberikan manfaat bagi semua. Logo ini mewakili semangat perusahaan untuk selalu menyediakan cara cerdas untuk memenuhi tantangan pengguna, membuat hidup lebih mudah bagi konsumen, memberi mitra akses yang lebih luas untuk mendapat tambahan pendapatan, memberi pedagang peluang untuk pertumbuhan bisnis yang cepat, dan banyak lagi. Arti singkatnya bersama dengan Gojek semua #PastiAdaJalan.

GAMBAR 2.1
Logo PT. Gojek Indonesia



Sumber : www.gojek.com

Arti warna hijau pada logo PT. Gojek Indonesia melambangkan pertumbuhan, kebangkitan, stabilitas dan ketahanan. Hijau juga dapat diartikan sebagai kemakmuran. Kombinasi warna yang ada pada logo menunjukkan hal positif yang ingin diperlihatkan Gojek kepada masyarakat. Perusahaan ini akan

selalu berusaha menjalankan misi perusahaannya, yaitu memakmurkan mitra “Gojek” mereka dan dapat membawa pengaruh yang positif bagi lingkungan yang ada di sekitarnya, seperti membuka lapangan pekerjaan dan pelayanan yang baik agar tercipta kenyamanan dan royalti (diakses dari <https://www.idntimes.com/business/economy/helmi/4-filosofi-di-balik-logo-baru-gojek/full/2> pada 7 September 2021).

D. PILAR PERUSAHAAN

PT. Gojek Indonesia memiliki tiga pilar utama, yaitu (diakses dari <https://www.gojek.com/id-id/about/> pada 7 September 2021) :

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.

E. LAYANAN PERUSAHAAN

PT. Gojek Indonesia memiliki berbagai macam layanan, mulai dari transportasi hingga hiburan. Tabel 2.1 memberikan penjelasan atau gambaran mengenai beberapa layanan yang telah dimiliki perusahaan tersebut (diakses dari <https://www.gojek.com/id-id/products/> pada 7 September 2021) :

TABEL 2.1
Layanan PT. Gojek Indonesia

NO.	JENIS LAYANAN	KETERANGAN
1.	Goride	Layanan transportasi roda dua berbasis online
2.	Gocar	Layanan transportasi roda empat berbasis online
3.	Gosend	Layanan kurir instan untuk mengantar barang maupun dokumen
4.	Gobox	Layanan pemesanan mobil box atau pick up untuk berbagai keperluan
5.	Gofood	Layanan pesan antar makanan
6.	Gomart	Layanan belanja kebutuhan rumah
7.	Gomed	Layanan pembelian obat dari apotik terdekat
8.	Goshop	Layanan jasa pembelian apapun dari manapun
9.	Gopay	Layanan penyimpanan dana
10.	Gotagihan	Layanan pembayaran tagihan
11.	Gopaylater	Layanan yang bisa melakukan pemesanan saat ini dan pembayarannya nanti
12.	Gogive	Layanan untuk memberi donasi dan zakat
13.	Gosure	Layanan perlindungan kesehatan, kendaraan, dan ponsel
14.	Goinvestasi	Layanan investasi
15.	Gocorp	Layanan pengelola biaya transportasi karyawan
16.	Goplay	Layanan nonton tayangan eksklusif
17.	Gotix	Layanan pembelian tiket
18.	Gobiz	Layanan aplikasi untuk memperluas jangkauan bisnis
19.	Gostore	Layanan website toko online yang praktis untuk mempermudah transaksi penjualan
20.	Midtrans	Layanan terima pembayaran dan kirim dana dengan mudah
21.	Moka	Layanan POS berbasis cloud yang memudahkan penjualan
22.	Selly	Layanan keyboard untuk para penjual online

Sumber : www.gojek.com

F. MITRA PENGEMUDI

Mitra merupakan partner dalam menjalankan suatu usaha. Setiap perusahaan perlu membutuhkan mitra untuk lebih memperkenalkan jasa maupun layanan yang dimiliki. PT. Gojek Indonesia sendiri juga memiliki mitra dengan semboyan “jadi penjaga amanah yang siap bantu selesaikan masalah”. Sudah ada jutaan mitra pengemudi yang sudah bergabung bersama Gojek untuk

meningkatkan penghasilan. Beberapa keuntungan dapat diperoleh oleh mitra pengemudi ketika bergabung dengan Gojek, diantaranya adalah Gojek sudah mempunyai jutaan mitra, mendapatkan asuransi kesehatan, ada promo spesial bagi mitra, bisa mencairkan penghasilan kapan saja, ada fasilitas bengkel belajar mitra, dan diberikan perlindungan ketika sedang dalam perjalanan (<https://www.gojek.com/id-id/driver/>, 2021). Mitra Gojek saat ini sudah ada sebanyak 2 juta pengemudi di Asia Tenggara. Jumlah mitra ini diperoleh selama 1 dekade Gojek beroperasi (Satori dan Komariah, 2021)

G. DESKRIPSI PEKERJAAN

1. Direktur Utama

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

2. Wakil Direktur

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

3. Manager IT

- a. Mengembangkan dan menyusun strategi dan rencana IT Gojek dalam hal mempermudah pekerjaan dan dalam pelayanan kepada pelanggan.
- b. Mengkoordinir dan mengelola pendayagunaan software, hardware, braiware dan jaringan di bidang TIK untuk mencapai kinerja optimum Gojek Indonesia.
- c. Mengelola layanan perancangan sistem komputerisasi dan program aplikasi perangkat yang terintegrasi.
- d. Menyediakan data-data yang diperlukan oleh bagian lain yang menyangkut IT.

4. Manager Karyawan Front Office & Pemasaran

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

5. Manager Akuntansi

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

6. Manager Ojek

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

7. Karyawan

a. Bidang Programming :

- Melaksanakan semua pekerjaan yang ditetapkan oleh manajer IT dibidang Programming.
- Bertanggung jawab mengenai program kepada manajer IT.

b. Bidang Web :

- Melaksanakan semua pekerjaan yang ditetapkan oleh manajer IT di bidang Web.
- Bertanggung jawab mengenai program aplikasi maupun web Gojek.

c. 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.

d. 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 atasan

H. KETERKAITAN OBJEK DENGAN PERMASALAHAN

Kehadiran transportasi berbasis *online* di era yang serba digitalisasi ini sangat berpengaruh terhadap masyarakat. Ojek *online* hadir dan didirikan karena ada suatu pelayanan dari ojek konvensional yang masih kurang maksimal. Kemudian muncullah inovasi dari Nadiem Makarim untuk membuat ojek *online*. Harapannya dapat memberikan pelayanan yang lebih baik dan tentunya didirikan oleh sebuah perusahaan yang telah memiliki Standard Operating Procedure (SOP) yang bertujuan untuk memberikan pelayanan yang prima sesuai dengan standar yang telah ditentukan.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan salah pengemudi Gocar, diketahui bahwa memang terdapat SOP yang diberikan perusahaan ketika memberikan pelayanan kepada konsumen. Gojek mempunyai SOP di perusahaannya sesuai dengan visi dan misinya, yaitu menjaga hubungan baik dengan berbagai pihak dan memberikan pelayanan dengan meningkatkan kepedulian, tanggungjawab. Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa SOP yang dimiliki Gocar sudah terlaksana di lapangan, walaupun dengan standar yang berbeda.

Mitra Gocar menjalankan pekerjaannya sesuai dengan SOP yang ada. Ketika dalam perjalanan, mitra memberikan pelayanan yang baik melalui kepribadiannya ketika sedang berkomunikasi. Komunikasi adalah hal terpenting, karena melalui komunikasi ini lah hubungan akan terjalin. Keharmonisan antara pengemudi dengan konsumennya harus terjalin dengan baik, sehingga pengemudi berusaha memberikan pelayanan prima seperti dengan memberikan sapaan dan menanyakan kebenaran orderan kepada konsumen. Hal ini bukan menjadi SOP kaku, namun ini adalah bentuk inisiatif dari pengemudi mau seperti apa memberikan pelayanan kepada konsumen.

SOP pada Gojek yang terpenting adalah dapat menciptakan hubungan yang baik, melalui keharmonisan dan tanggungjawab yang diberikan. Contoh tanggungjawab adalah memastikan kebenaran orderan, hal ini terjadi karena ketika orderan tersebut tidak tepat, maka konsumen akan menunggu terlalu lama dan membuatnya kecewa. Sedangkan keharmonisan dapat diciptakan

melalui pendekatan ketika dalam perjalanan, seperti berkomunikasi mengenai beragam topik menarik hingga hal - hal umum yang lainnya.

Tujuan SOP yang dimiliki Gojek tidak hanya berlangsung ketika dalam perjalanan saja, melainkan selamanya. Ketika SOP yang dimiliki telah dilaksanakan dengan baik oleh mitra, maka konsumen akan merasa suka dengan pelayanan yang diberikan Gojek. Rasa suka yang ditimbul dapat menciptakan citra positif pada konsumen, sehingga konsumen akan melakukan pemesanan kembali.

Berdasarkan pemahaman di atas, dapat dikatakan bahwa hubungan yang muncul antara pengemudi dengan konsumen tidak hanya sebatas dalam perjalanan, melainkan akan berlanjut meskipun tidak dengan orang yang sama. Artinya, konsumen akan mendapatkan hal yang serupa meskipun dengan pengemudi yang berbeda. Apabila melihat dari sisi perjalanan berlangsung, hubungan yang terjalin akan tetap dekat, sebab ada hal – hal yang sudah disiapkan sebelumnya oleh pengemudi untuk menciptakan suatu kenyamanan. Hal – hal tersebut akan tetap dapat dirasakan meskipun perjalanan yang ditempuh tidak lah jauh.

BAB III