

Persepsi Mahasiswa terhadap Jasa Online Go-Jek Student's Perception of Go-Jek Online Services

¹Fauzi Rahman, ²Nurhastuti

^{1,2}*Prodi Ilmu Manajemen Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung,
Jl Tamansari No. 1 Bandung 40116
email: ¹Fauziraahman@gmail.com*

Abstract. The purpose of this study was to determine the perception of Students of the Faculty of Communication Sciences University Islamic of Bandung force in 2012 to the online services of Go-Jek in 2016 where many of the students who use the services of online Go-Jek to meet day-to-day activities. Under these conditions, the authors analyze the problem through several elements, namely their view in using Go-Jek, their opinion in using Go-Jek and their interest in using online services Go-Jek. The method used in this research is using qualitative research methods using the case study approach. This is because this study were drawn based on the essence of the experiences of the individual through the interview to 8 students of the Faculty of Communication Sciences University Islamic of Bandung force in 2012 selected by using purposive sampling (according to criteria) and four informants are important to support the company Go-Jek, Go-Jek driver, Department of Transportation Bandung and sociologists expert. The results showed the Perception of the students in the Faculty of Communication Sciences University Islamic of Bandung force in 2012 in general because of Go-Jek is being sought by many communities and society and much talked about by people who exist in the environment so that bandwagon in using Go-Jek. They also have the experience of each of them received a friendly service so that they feel comfortable and make the Go-Jek as the needs in transportation. The habits that arise from each of them which tell their experiences with the closest people in using Go-Jek transportation.

Keywords: Perception, Gojek, Social Exchange.

Abstrak. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Persepsi Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung angkatan 2012 terhadap jasa *online* Go-Jek di kota Bandung tahun 2016 dimana banyak dari mahasiswa yang menggunakan jasa *online* Go-Jek untuk memenuhi aktifitas sehari-hari. Berdasarkan hal tersebut, maka penulis menganalisis masalah tersebut melalui beberapa unsur, yakni pandangan mereka dalam menggunakan Go-Jek, pendapat mereka dalam menggunakan Go-Jek serta ketertarikan mereka dalam menggunakan jasa *online* Go-Jek. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah menggunakan metode penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan Studi kasus. Hal ini dikarenakan penelitian ini diambil berdasarkan esensi dari pengalaman-pengalaman pada setiap individu melalui hasil wawancara kepada 8 mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung angkatan 2012 yang dipilih dengan menggunakan teknik *purposive sampling* (sesuai dengan kriteria) serta 4 informan penting untuk mendukungnya yaitu pihak dari perusahaan Go-Jek, supir Go-Jek, Dinas Perhubungan Kota Bandung serta ahli sosiolog. Hasil penelitian menunjukkan Persepsi Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung angkatan 2012 secara umum karena Go-Jek ini sedang diminati banyak masyarakat dan banyak dibicarakan oleh orang-orang yang ada pada lingkungannya sehingga ikut-ikutan dalam menggunakan Go-Jek. Mereka pun mempunyai pengalaman masing-masing di antaranya mendapatkan pelayanan yang ramah, sehingga mereka merasa nyaman dan membuat Go-Jek sebagai kebutuhan dalam transportasi. Adapun kebiasaan yang timbul dari masing-masing yaitu menceritakan pengalaman mereka kepada orang-orang terdekatnya.

Kata Kunci: Persepsi, Go-Jek, Pertukaran Sosial.

A. Pendahuluan

Pemasaran memiliki peranan penting untuk menjalankan setiap kegiatan bisnis, karena menurut Kotler dan Keller (2012:17), aktivitas pemasaran diarahkan untuk menciptakan pertukaran yang memungkinkan perusahaan dalam mempertahankan kelangsungan hidup. Selain itu aktivitas pemasaran dilakukan untuk pencapaian tujuan perusahaan yang sesuai dengan harapan.

Go-Jek merupakan layanan ojek online yang dikelola oleh PT Go-Jek

Indonesia. Pendiri Go-jek adalah seorang pemuda asli Indonesia. Go-Jek ini memang sedang booming di masyarakat dan dapat diibaratkan seperti jamur di musim penghujan, semakin lama semakin banyak penggunaannya dan berkembang terus menerus. Go-Jek didirikan pada tahun 2011 pada awalnya Go-Jek melayani lewat panggilan telepon saja. Seperti panggilan pada taksi. Tetapi semakin ke sini Go-Jek semakin berkembang dan pada awal tahun 2015 kemarin, meluncurkan aplikasi android Go-Jek. Hal ini tentu saja memudahkan para pengguna, melihat sekarang smartphone sudah menjadi gaya hidup bagi setiap orang, terutama masyarakat perkotaan. Inovasi ini memberikan keuntungan lebih banyak lagi pada pendiri Go-Jek dan para driver Go-Jek.

Pelayanannya yang cukup bisa dibilang sangat baik ditambah dengan fasilitas-fasilitas yang mengikuti selera pasar membuat Go-Jek lebih digandrungi masyarakat dari pada ojek konvensional karena lebih mudah diakses serta untuk soal harga pun sudah pasti tidak ditembak semauanya seperti layaknya ojek konvensional. Terlebih bagi para mahasiswa di Bandung, Go-Jek begitu digemari karena tarifnya yang murah dan bisa menembus kemacetan dan jalanan yang padat dengan waktu tempuh yang singkat menjadikan Go-Jek transportasi favorit di kalangan mahasiswa di Kota Bandung, khususnya di Universitas Islam Bandung.

Jika masalah utama dari para calon penumpang ojek adalah masalah harga atau tarif yang relatif terlalu mahal dan seenaknya tukang ojek, maka penggunaan Argometer di seluruh armada tukang ojek menjadi salah satu jalan keluar persaingan antara ojek konvensional dengan ojek online berbasis aplikasi. Alasan mengapa peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang Persepsi Mahasiswa Unisba terhadap Jasa online Go-Jek ini karena dengan adanya ojek online ini, perekonomian negara meningkat. Pengangguran berkurang, dan bisnis usaha mikro pun meningkat omsetnya. Belum lagi mengurangi kemacetan karena orang-orang mulai meninggalkan kendaraan pribadi, baik motor atau mobil, dan lebih memilih menggunakan ojek online.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang situasi yang telah diuraikan, maka dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini sebagai berikut. “Bagaimana Persepsi Mahasiswa terhadap Jasa *Online* Go-Jek?” Pada dasarnya, perumusan masalah ini merupakan keinginan penulis terhadap keberadaan go-jek online yang sedang terkenal di kota Bandung khususnya. Serta perumusan masalah ini ingin mengetahui bagaimana respon dari pengguna go-jek online ini khususnya mahasiswa Universitas Islam Bandung Fakultas Ilmu Komunikasi angkatan 2012. Selanjutnya, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui bagaimana pandangan mahasiswa Fikom Unisba angkatan 2012 terhadap pelayanan Go-Jek di Bandung
2. Mengetahui mengapa mahasiswa Fikom Unisba angkatan 2012 lebih tertarik menggunakan Go-Jek
3. Mengetahui bagaimana pendapat mahasiswa Fikom Unisba 2012 mengenai fasilitas yang ditawarkan Go-Jek

C. Kajian Pustaka

Persepsi adalah memberikan makna pada stimuli inderawi, atau menafsirkan informasi yang tertangkap oleh alat indera. Kemampuan kita untuk menyerap stimuli dengan inderawi terbatas, sehingga kita tidak mungkin dapat mengumpulkan seluruh informasi tentang karakteristik orang lain secara lengkap. Kita mempunyai minat yang berbeda-beda, sehingga yang memperoleh perhatian inderawi juga hanya sesuatu yang

kita minati.

Stimuli yang kadang-kadang tidak penting, tidak kita perhatikan karena kita tidak berminat. Persepsi disebut inti komunikasi, karena jika persepsi kita tidak akurat, tidak mungkin kita berkomunikasi secara efektif. Persepsilah yang menentukan kita memilih suatu pesan dan mengabaikan pesan yang lain (Suranto 2011:60).

Sedangkan Teori social exchange adalah sebuah teori yang mengemukakan bahwa kontribusi seseorang dalam suatu hubungan, di mana hubungan tersebut dapat mempengaruhi kontribusi orang lain. Tokoh dari teori ini adalah Thibault dan Kelley. Mereka mengemukakan bahwa orang mengevaluasi hubungannya dengan orang lain dengan mempertimbangkan konsekuensinya, khususnya terhadap ganjaran yang diperoleh dan upaya yang telah dilakukan, orang akan memutuskan untuk tetap tinggal dalam hubungan tersebut atau pergi meninggalkannya. Di dalam teori ini terdapat istilah Comparison Levels yaitu, ukuran bagi keseimbangan pertukaran antara untung dan rugi dalam hubungan dengan orang lain. Teori ini sama halnya dengan transaksi dalam berdagang, di mana ada untung dan rugi.

D. Metode dan Sasaran Penelitian

Metode yang diajukan untuk mengeskplroasi yaitu metode kualitatif karena, metode yang cukup pas adalah kualitatif. Kualitatif adalah metode yang menggambarkan atau disebut dengan metode *naturalistik*. Disebut kualitatif karena sifat data yang dikumpulkan yang bercorak kualitatif, bukan kuantitatif, karena tidak menggunakan alat-alat pengukur, sehingga sangatlah berbeda cara pencarian datanya.

Metode penelitian kualitatif ini sering disebut metode penelitian naturalistik, karena penelitiannya dilakukan pada kondisi alamiah (*natural setting*); metode penelitian digunakan pada kondisi objek yang alamiah, di mana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari generalisasinya (Wirartha, 2006: 134).

Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus, keunikan dari studi kasus yang diambil mengenai Persepsi Mahasiswa terhadap Jasa Online Go-Jek. Pada penelitian ini merupakan keinginan penulis terhadap keberadaan go-jek online yang sedang terkenal di kota Bandung khususnya. Serta penelitian ini ingin mengetahui bagaimana respon dari pengguna go-jek online ini khususnya mahasiswa Universitas Islam Bandung Fakultas Ilmu Komunikasi angkatan 2012.

E. Temuan Penelitian

Walaupun bekerja untuk sebuah perusahaan jasa, nyatanya para *driver* GoJek tidak terikat dengan kontrak kerja seperti pada perusahaan pada umumnya. Tanpa ikatan kerja inilah yang membuat pekerjaan menjadi *driver* GoJek ini dapat dilakukan sebagai pekerjaan sampingan. Pernyataan inipun dikatakan oleh Arif bahwa ia begitu nyaman bekerja menjadi supir Go-Jek,

“Jadi saya nge Go-Jek itu ga sekedar jadi tukang ojek, saya juga dapet fasilitas dari perusahaan, ya dapet asuransi gratis yang ditanggung perusahaan, dapet bonus juga kalo rajin nyari pelanggan, dan tidak terikat kontrak kerja, jadi saya bisa mulai kapan aja kalo mau berangkat nge Go-Jek, jadi sayalah yang nentuin target sendiri”.¹

Jadi, untuk para pekerja kantor atau para mahasiswa yang ingin menambah penghasilan, menjadi *driver* Go-Jek merupakan pilihan tepat karena selain tidak ada

kontrak kerja yang mengikat mereka, jam kerjanya pun dapat disesuaikan dengan kegiatan di kantor maupun di kampus.

Walaupun bekerja untuk sebuah perusahaan jasa, nyatanya para *driver* GoJek tidak terikat dengan kontrak kerja seperti pada perusahaan pada umumnya. Tanpa ikatan kerja inilah yang membuat pekerjaan menjadi *driver* GoJek ini dapat dilakukan sebagai pekerjaan sampingan. Pernyataan inipun dikatakan oleh Arif bahwa ia begitu nyaman bekerja menjadi supir Go-Jek,

F. Kesimpulan

1. Para mahasiswa Fikom Unisba angkatan 2012 pada awalnya mengetahui Go-Jek dari tahun 2015 dimana Go-Jek diketahuinya dari kebanyakan orang pada lingkungannya terutama teman-teman dan saudara yang terlebih dahulu menggunakan Go-Jek sehingga mereka penasaran sampai pada akhirnya menjadi pengguna Go-Jek yang aktif. Kebanyakan dari mereka selalu menggunakan Go-Jek untuk berpergian karena alasan transportasi ini bisa menembus kemacetan dan menghemat waktu perjalanan, sehingga membuat Go-Jek ini menjadikan transportasi andalan di kala kemacetan Kota Bandung yang semakin hari semakin padat oleh kendaraan. Kebanyakan dari mahasiswa sering mendapatkan supir Go-Jek yang berusia 30 tahunan bahkan ada beberapa yang masih berstatus mahasiswa. Para supir Go-Jek ini berpenampilan wangi dan rapih dengan keramahan yang diberikan kepada pelanggannya. Namun selama mereka menggunakan Go-Jek belum pernah mendapatkan supir yang menggunakan seragam lengkap, hal ini dikarenakan masih rawannya konflik dengan ojek pangkalan. Masalah dengan keseragaman tidak membuat mahasiswa menjadi takut menggunakan Go-Jek bahkan mereka menyarankan agar tidak menggunakan seragam lengkap agar terhindar dari adanya konflik dengan ojek pangkalan. Menurut ahli sosiolog adanya keretakan sosial ini adalah hal yang wajar di dunia usaha karena zaman terus maju dan inovasi terus berkembang, karena setiap perubahan akan menimbulkan beberapa kelompok, kelompok yang dengan mudah mengaplikasikan cara-cara hidup baru dan ada kelompok menengah dalam mengaplikasikan cara-cara hidup baru tersebut dan ada kelompok yang menolak dengan perubahan. Kelompok yang unggul adalah mereka yang menerima perubahan.
2. Kehadiran Go-Jek telah memenuhi sebagian dari kebutuhan mahasiswa, dengan keramahan dan pelayanan yang baik membuat mahasiswa terus menggunakan Go-Jek. Tidak hanya menggunakan Go-Jek sebagai kepentingan pribadi namun mereka juga merekomendasikan kepada orang lain agar mereka merasakan kemudahan di dalam berkendara. Dinas perhubungan Jawa Barat pun menyarankan menggunakan Go-Jek agar bisa menghemat waktu dan mengurangi kemacetan kota. Menurut ahli sosiolog ketika seseorang mempunyai pengalaman yang menarik mereka cenderung menceritakan kepada orang lain di sekitar, dalam hal ini mahasiswa menguasai sumber komunikasi, dimana pengalaman itu menjadi sumber komunikasi yang merupakan kekuasaan dia, maka orang tersebut akan cenderung untuk menceritakan pengalamannya karena ia sudah mengalami hal tersebut,
3. Adanya sistem baru yang merubah tarif Go-Jek tidak membuat mahasiswa memilih transportasi lain karena yang dicari oleh mahasiswa adalah efisiensi waktu dan bisa menembus kemacetan. Go-Jek telah menjadi angin segar bagi seluruh masyarakat dalam mengatasi kemacetan dan kemudahan dalam kegiatan sehari-hari, mengingat Go-Jek tidak hanya menawarkan fasilitas berkendara saja

karena ada fasilitas lain seperti pengiriman makanan dan pengiriman barang membuat mahasiswa terus menggunakan jasa online Go-Jek. Menurut ahli sosiolog pun masyarakat akan memilih suatu hal yang memudahkan kehidupannya dan Go-Jek seolah menjawab segala keluhan masyarakat selama ini, masyarakat tidak mau hanya karena urusan bertransportasi, maka urusan yang lain terganggu, karena transportasi adalah salah satu alat yang bisa memenuhi tujuan agar tercapai.

Daftar Pustaka

AW Suranto. (2011). *Komunikasi Interpersonal*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

I Made Wiratha. 2006. *Metodologi Penelitian Sosial Ekonomi*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.

Kotler, Phillip and Kevin Lane Keller. 2012. *Marketing Management 13*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.

Sumber Lainnya

<https://www.go-jek.com>