

LAYANAN GO-RIDE DAN GO-FOOD DI PEKANBARU

Oleh : Fahrul Indrawan

Fahrulgawa@gmail.com

Dosen Pembimbing : Dr. Achmad Hidir, M.Si

achmad.hidir@lecturer.unri.ac.id

Jurusan Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Riau

Kampus Bina Widya, Jalan H.R Soebrantas Km.12,5 Simpang Baru, Pekanbaru-
Riau 28293 Telp/Fax. 0761-63277

Abstrak

Penelitian ini dilaksanakan di Kota Pekanbaru. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui fitur layanan mana yang lebih menguntungkan *driver* antara layanan *Go-Ride* dan *Go-Food*. Topik fokus penelitian ini adalah Faktor Yang Mendorong Layanan Go-Ride dan Go-Food Memberikan Keuntungan. Penulis menggunakan metode kualitatif dan menggunakan teknik *accidental sampling*. Instrumen data adalah observasi, wawancara, angket dan dokumentasi. Penelitian menemukan bahwa fitur layanan yang lebih menguntungkan Driver Go-Jek adalah fitur layanan Go-Ride. Pada penelitian ditemukan bahwa semua driver aktif melakukan layanan Go-Ride namun tidak untuk layanan Go-Food. Yang menyebabkan layanan Go-Ride banyak memberikan keuntungan bagi driver adalah karena penghasilan tetap dan poin yang banyak dari layanan Go-Ride. Sedangkan dari layanan Go-Food tidak terlalu banyak menyumbangkan poin pada driver dalam satu minggu. Penelitian juga menemukan adalah beberapa faktor yang mendorong layanan Go-Ride dan Go-Food memberikan keuntungan bagi driver. Yaitu Keterbatasan Konsumen Terhadap Aksesibilitas dan Situasi dan Kondisi Customer. Setiap tujuan customer berbeda-beda. Tujuan yang berbeda inilah yang menjadi keuntungan dari driver karena semakin jauh tujuan semakin meningkat tarif antar. Tidak jarang layanan Go-Ride diminta untuk melakukan orderan darurat (contohnya mengantarkan orang yang sakit), dan tidak jarang pula layanan Go-Food diminta untuk mendapatkan barang lain yang tidak ada dalam daftar pesanan. Namun driver tetap mengikuti keinginan customer selagi dalam batas kewajaran. Alhasil layanan Go-Ride dan Go-Food menjadi pilihan utama ketika customer membutuhkan layanan transportasi yang mampu menjawab segala kebutuhan.

Kata Kunci: Go-Jek, Go-Ride, Go-Food, Tindakan Sosial

GO-RIDE AND GO-FOOD SERVICE IN PEKANBARU

By : Fahrul Indrawan

fahrulgawa@gmail.com

Supervisor : *Dr. Achmad Hidir, M.Si*

Achmad.hidir@lecturer.unri.ac.id

Department of Sociology, Faculty of Social and Political Sciences

Universitas Riau

*Kampus Bina Widya, Jalan H.R Soebrantas Km.12,5 Simpang Baru, Pekanbaru-
Riau 28293 Tel / Fax. 0761-63277*

Abstract

This research was conducted in Pekanbaru City. The purpose of this research is to know the features of services which are more profitable drivers between Go-Ride and Go-Food services. The focus topic of this research is contributing factors that drive Go-Ride and Go-Food services to the advantage. The authors use qualitative methods and use accidental sampling techniques. Data instruments are observations, interviews, polls and documentation. The study found that the more profitable feature of the Go-Jek Driver service was the Go-Ride service future. In research found that all active drivers perform the Go-Ride service but not for Go-Food services. What causes the Go-Ride service to provide a lot of advantages for drivers is due to fixed earnings and many points of Go-Ride service. Whereas from the Go-Food service is not at all donated a lot of points on the driver in one week. Research also finds are some of the factors that drive Go-Ride and Go-Food services to provide benefits for drivers. Consumers are limited to the accessibility and situation and condition of Customer. Each customer goal varies. These different objectives are the advantages of drivers as the farther the goal of the interbank tariff increases. Not infrequently Go-Ride services are required to make an emergency order (e.g. delivering the sick person), and not infrequently Go-Food services are requested to obtain other items that are not on the order list. However, drivers still follow the customer's wishes while within the fairness boundary. As result of Go-Ride and Go-Food service is the main choice when customer need transportation service that can answer any needs.

Keywords: Go-Jek, Go-Ride, Go-Food, Social action

A. Pendahuluan

1. Latar belakang

Transportasi memiliki peranan penting dalam pembangunan perekonomian, karena berkaitan dengan distribusi barang, jasa, dan tenaga kerja, serta merupakan inti dari pergerakan ekonomi di kota. Pada dasarnya, transportasi merupakan beberapa macam alat yang dipakai untuk mengangkut makhluk hidup atau benda-benda tertentu dari satu tempat ke tempat tujuan yang lainnya. Pengertian transportasi lainnya adalah proses memindahkan makhluk hidup baik itu manusia, hewan, ataupun barang dari tempat asalnya ke tempat yang menjadi tujuannya menggunakan sebuah alat yang digerakkan dengan makhluk hidup lainnya atau dengan mesin.¹ Manusia sebagai makhluk sosial mempunyai banyak kebutuhan yang harus dipenuhi untuk kesejahteraan hidupnya. Kebutuhan tersebut dimungkinkan tidak dapat terpenuhi dalam satu lokasi. Oleh karena itu manusia memerlukan transportasi untuk melakukan perpindahan orang dan/ jasa dari suatu tempat ke tempat yang lain dengan menggunakan kendaraan.²

Transportasi atau angkutan merupakan bidang kegiatan yang sangat penting dalam kehidupan masyarakat Indonesia. Menyadari pentingnya peranan transportasi, maka lalu lintas dan angkutan umum harus ditata dalam suatu sistem transportasi nasional secara terpadu dan mampu mewujudkan

ketersediaan jasa transportasi yang sesuai dengan tingkat kebutuhan lalu lintas dan pelayanan angkutan yang tertib, nyaman, cepat, lancar dan berbiaya murah.³

Ketersediaan jasa transportasi berkorelasi positif dengan kegiatan ekonomi dan pembangunan dalam masyarakat. Jasa transportasi mempunyai peranan penting bukan hanya untuk melancarkan arus barang dan mobilitas manusia, tetapi jasa transportasi juga membantu tercapainya alokasi sumber daya ekonomi secara optimal dalam bidang ketenagakerjaan, berarti kegiatan produksi dilaksanakan secara efektif dan efisien, kesempatan kerja dan pendapatan masyarakat meningkat, selanjutnya kesenjangan antar daerah dapat ditekan menjadi sekecil mungkin.

Seiring berkembangnya teknologi terutama internet di era globalisasi ini, ternyata transportasi juga tidak luput terkena imbas positifnya. Kini, transportasi lebih mudah didapatkan melalui aplikasi yang telah terpasang di *online* konsumen. Khalayak umum menyebutnya dengan ojek *online*, disaat masyarakat sedang mempunyai kepentingan di suatu tempat dan tidak memiliki kendaraan, ojek *online* dapat mengantarkan konsumen kemana saja. Peranan transportasi pada pembangunan wilayah secara menyeluruh telah membawa dampak yang luar biasa terutama pada hubungan antar berbagai wilayah (aksesibilitas).⁴ Tidak jarang hampir semua pengguna *online* menyukai kemudahan ini untuk menyelesaikan berbagai kepentingan

¹ Maxmanore "Pengertian Transportasi: Fungsi, Manfaat, Jenis dan Contoh Alat Transportasi" (diakses pada 19 Februari 2019, pukul 17.06)

² Abbas Salim, *Manajemen Transportasi*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2000, hal. 45.

³ Muhammad, A. *Hukum Pengangkutan Niaga*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 1998), hlm. 7

⁴ Aziz, ., & Asrul, Pengantar Sistem dan Perencanaan Transportasi, (Yogyakarta: Deepublish, 2014), hlm. 1.

mereka. Situasi tersebut menjadi peluang tersendiri bagi masyarakat yang saat ini masih berjuang untuk meningkatkan taraf kehidupannya.

Ojek *online* beberapa tahun terakhir ini sudah menjadi pekerjaan yang menjanjikan bagi banyak orang baik pria maupun wanita. Mengikuti perkembangan ojek saat ini, telah berkembang menjadi mata pencaharian yang menjanjikan dari segi ekonomi. Dengan bergabung ojek *online* kita akan memiliki penghasilan tambahan dan tidak terikat waktu bekerja. Kini, di Indonesia, terdapat sebuah layanan ojek *online* yaitu Gojek yang memungkinkan calon penumpang tidak perlu datang ke sebuah pangkalan ojek. Calon penumpang cukup memesan ojek dari sebuah aplikasi di *online*, dan ojek akan datang menjemput.

Sejarah berdirinya Gojek dimulai pada tahun 2010, awalnya Go-Jek bertindak sebagai penghubung konsumen dengan ojek tradisional. Konsumen terlebih dahulu menghubungi operator Go-Jek lewat telepon dan operator akan meminta ojek untuk melakukan penjemputan. Namun perkembangan Go-Jek saat itu masih belum seperti sekarang karena calon penumpang masih harus menggunakan telepon yang tentunya akan dikenakan pulsa. Dan ketika teknologi *online* mulai hadir, pada Januari tahun 2015 munculah aplikasi Go-Jek yang memudahkan konsumen memesan driver Go-Jek dari *online*. Dari awal berdirinya Gojek tercatat sudah menanamkan investasi sebesar 50 Triliun dengan sokongan dana yang besar Gojek dapat melakukan Rapid expansion (menyebarkan pengaruh Gojek ke seluruh Indonesia dengan target yang sangat singkat), Ruthless marketing (strategi bakar duit demi memenangkan perang harga dan pasar) sehingga akan ada investor baru tertarik untuk

berinvestasi di Gojek. Gojek menjadi ojol nomor 1 di Indonesia karena bisa membuat hidup banyak orang menjadi lebih mudah dengan disertai inovasi untuk memanjakan pengguna selain itu driver Go-Jek kebanyakan puas dengan sistem bagi hasil yang diterapkan.⁵

GoJek adalah sebuah layanan booking ojek melalui aplikasi GoJek yang bisa didownload di *Online* android & iPhone. Pendiri GoJek adalah putera asli Indonesia lulusan Harvard, Nadiem Makarim. Kepuasan konsumen menjadi hal utama pada perusahaan Gojek, kepuasan merupakan penilaian konsumen terhadap fitur-fitur produk atau jasa yang berhasil memberikan pemenuhan kebutuhan pada level yang menyenangkan baik itu di bawah maupun di atas harapan. Kotler dan Keller menjelaskan bahwa “kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka.”⁶ Tjiptono menjelaskan bahwa kualitas layanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Kualitas layanan dapat dievaluasi dengan cara membandingkan kualitas yang dialami atau diterima pelanggan perusahaan dengan layanan yang diharapkan.⁷

Gojek mulai beroperasi di Pekanbaru mulai bulan April 2017 dengan izin dari

⁵ Mangcara ”*Sejarah Awal Berdiri Gojek Hingga Jadi Ojol Terbesar*” <http://mangcara.com/sejarah-awal-berdirinya-gojek-hingga-jadi-ojol-terbesar/> (diakses pada 19 februari 2019, pukul 17.35)

⁶ Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta : Erlangga, 2009), hal. 139.

⁷ Tjiptono dan Fandy, *Pemasaran Strategik* (Yogyakarta : Andi Offset, 2008), hal. 268.

Pusat.⁸ Dengan masuknya Gojek di Pekanbaru muncul pro dan kontra dari berbagai kalangan masyarakat, terutama yang bekerja sebagai ojek pangkalan dan taksi konvensional, mereka beranggapan bahwa dengan hadirnya Gojek akan memberikan dampak buruk pada pendapatan yang diperoleh.

GoJek merupakan salah satu konsep *smart mobility* di Pekanbaru, argumen tersebut dikuatkan karena aplikasi Go-Jek menerapkan konsep teknologi, informasi, komunikasi yang merupakan salah satu sistem pendukung terbentuknya *smart city* di Pekanbaru.

Dengan adanya sistem ini, maka *driver* dengan *user* akan saling tukar menukar informasi menggunakan suatu teknologi yang membuat komunikasi antara mereka berjalan baik. Aplikasi GoJek pun sudah mewakili definisi dari *smart mobility*, yaitu tentang perjalanan yang singkat dengan waktu tempuh yang sedikit dari satu wilayah ke wilayah lainnya. Selain itu, banyaknya *user* yang menggunakan aplikasi GoJek tiap minggunya memberikan indikator bahwa GoJek sangat dibutuhkan oleh masyarakat Pekanbaru sebagai sarana transportasi yang mampu menembus macetnya daerah perkotaan dengan secara cepat.

2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang sudah dijelaskan di atas, maka muncul beberapa rumusan masalah yang harus dipecahkan. Adapun rumusan masalah tersebut adalah : Manakah yang lebih menguntungkan bagi *driver* Gojek

diantara fitur layanan *Go-Ride* dan *Go-Food* ?

3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang diharapkan dari penelitian ini adalah Untuk mengetahui fitur layanan mana yang lebih menguntungkan *driver* antara layanan *Go-Ride* dan *Go-Food*.

4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Memberikan sumbangan pemikiran bagi peneliti lain yang berminat pada permasalahan ini.
2. Bagi peneliti, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan tentang permasalahan ini
3. Penulis berharap penelitian ini dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi penelitian dalam bidang sosiologi.

B. Tinjauan Pustaka

1 *Go-Ride* Dan *Go-Food* Dalam Tindakan Sosial

Di era *modern* saat ini, masyarakat sangat menyukai kemudahan diantaranya dalam bidang transportasi. Perkembangan teknologi memberikan dampak positif bagi jasa dan pengguna transportasi. Transportasi juga semakin berkembang dengan adanya teknologi digital yang terus menerus disempurnakan sesuai kebutuhan masyarakat. Seperti saat ini transportasi bisa diperoleh dalam bentuk aplikasi. Pengguna transportasi tidak susah lagi untuk memesan transportasi yang dibutuhkan. Layanan transportasi ini berbasis *online* yang bisa digunakan banyak orang dengan cara

⁸ Riaueksis “*Kehadiran Gojek di Pekanbaru Mulai Dikhawatirkan*”
<https://riaueksis.com/read-3-6429-2017-04-15-kehadiran-gojek-di-pekanbaru-mulai-dikhawatirkan.html> (diakses pada 19 februari 2019, pada pukul 18.05)

mendownload aplikasi yang bernama Gojek. Gojek merupakan aplikasi layanan transportasi berbasis *online* yang menyediakan berbagai fitur layanan. Diantaranya yaitu layanan *Go-Ride* dan *Go-Food*.

Go-Ride merupakan salah satu fitur layanan aplikasi Gojek, bahkan, *Go-Ride* merupakan fitur pertama yang dikenalkan Gojek ke masyarakat Indonesia. Layanan ini memungkinkan pengguna untuk memesan ojek untuk pergi dari ke suatu tempat ke tempat lainnya. Aplikasi ini sangat memudahkan pengguna dalam memesan ojek dan menghemat waktu. Pengguna tidak perlu ke jalan raya untuk menyetop ojek, pengguna hanya cukup memesan lewat aplikasi. Pengguna cukup memasukkan alamat penjemputan pada aplikasi, sehingga ojek *Go-Ride* akan langsung menjemput di manapun Anda berada dan mengantarkan Anda ke tempat yang diinginkan. Selain itu, dengan menggunakan aplikasi Gojek, pesanan Anda tercatat dalam basis data Gojek, sehingga dapat dipastikan keamanannya menggunakan layanan ini.⁹

Gojek juga menyediakan layanan pesan antar makanan yang bernama *Go-Food*. *Go-Food* merupakan sebuah fitur layanan *food delivery* layaknya *delivery order* di sebuah rumah makan. Hanya dengan menggunakan *online* dan membuka fitur *Go-Food* di dalam aplikasi Gojek, konsumen bisa memesan makanan dari restoran yang sudah bekerja sama dengan Gojek. Makanan akan dipesan dan diantar langsung oleh Gojek.

Singkatnya, layanan ini sangat mirip dengan layanan *delivery order* dari sebuah restoran. Fitur *Go-Food* yang dikembangkan Gojek jelas menguntungkan semua pihak. Bagi konsumen, bisa dimudahkan dalam hal memesan makanan. Bagi Gojek, bisa menambah pemasukan dengan banyaknya order yang masuk via *Go-Food*. Sedangkan bagi pengusaha UMKM, ada potensi kenaikan omset dari layanan *food delivery*. layanan semacam *Go-Food* akan semakin penting dalam era digitalisasi, dimana masyarakat semakin menuntut layanan yang praktis dan cepat. Layanan *Go-Food* memang langsung mendapat sambutan positif dari para pelaku pengusaha kuliner, *Go-Food* tidak hanya disediakan bagi pemilik restoran mewah saja. Salah satu esensi *Go-Food* adalah mempromosikan makanan hasil karya industri. UKM. *Go-Food* menyediakan fitur suggest restoran jika ada makanan yang enak dan berkualitas bagus di pinggir jalan.¹⁰

Dalam fenomena ini, berkaitan dengan teori tindakan sosial. Manusia merupakan anggota masyarakat yang akan senantiasa berusaha agar selalu bisa bergaul dengan sesama. Sehingga setiap individu akan bertindak dan berusaha untuk saling memenuhi kebutuhan satu dengan yang lain dengan hidup bersama yang sesuai dengan masyarakat masing-masing. Setiap manusia mempunyai naluri untuk berinteraksi dengan sesamanya. Hal tersebut merupakan suatu kebutuhan manusia. Dalam memenuhi kebutuhan manusia dibutuhkan proses interaksi

⁹ CCM "Cara Memesan GO-RIDE" <https://id.ccm.net/faq/927-cara-memesan-go-ride> (diakses pada 01 maret 2019, jam 15:20)

¹⁰ Majalahfranchise "Memanfaatkan Go-Food sebagai Layanan Food Delivery" <https://www.majalahfranchise.com/article/306/memanfaatkan-gofood-sebagai-layanan-food-delivery> (diakses pada 01 maret 2019, pukul 15.45)

dengan manusia lain, dan yang mendasari terjadinya interaksi sosial adalah tindakan sosial.

Dalam bukunya *The Structure of Social Action*, Parsons mengkaji konsep tindakan sosial rasional. Dalam analisisnya, Talcott Parsons berpendapat bahwa tindakan sosial diarahkan pada tujuannya atau memiliki suatu tujuan. Tindakan terjadi suatu situasi, di mana beberapa elemennya sudah pasti, sedangkan elemen-elemen lainnya digunakan oleh yang bertindak sebagai alat untuk mencapai tujuan tersebut. Secara normatif tindakan itu diatur sehubungan dengan penentuan alat dan tujuan. Dalam arti bahwa tindakan itu dilihat sebagai satuan kenyataan sosial yang paling kecil dan paling fundamental. Elemen-elemen dasar dari suatu tindakan adalah tujuan, alat, kondisi dan norma. Antara alat dan kondisi itu berbeda, orang yang bertindak mampu menggunakan alat dalam usahanya untuk mencapai tujuan, sedangkan kondisi merupakan aspek situasi yang dapat dikontrol oleh orang yang bertindak.

Secara utuh sebenarnya Parsons membebaskan pada perkembangan teori sosial aksi Voluntaristik. Prosedur yang dilakukan oleh Parsons dengan mengkritik perilaku masyarakat kemudian menampilkan dalam bentuk konsep –konsep. Skema sistem tindakan versi Parsons terdiri dari 4 unsur:

1. Aktor (pelaku) baik individu maupun kelompok, aktor yang dimaksud dalam fenomenan ini adalah konsumen dan driver gojek.
2. Tujuan (goal) yang ingin dicapai dan biasanya selaraiks dengan nilai yang ada dalam masyarakat. Dalam penelitian ini, tujuan yang ingin dicapai oleh driver gojek adalah mencari keuntungan dan mengetahui

alasan konsumen memilih dua fitur layanan tersebut.

3. Situasi dimana tindakan selalu dipengaruhi oleh hal sikon. Situasi disini termasuk, sarana dan prasarana, kondisi. Kondisi sesuai dengan fenomena penelitian yaitu, situasi tertentu yang membuat konsumen menggunakan dua fitur layanan tersebut.
4. Standar Normatif, yang mengatur tindakan individu¹¹

2 E-commerce Dalam Bentuk Pengaruh Budaya

E-commerce merupakan istilah yang akhir-akhir ini sering didengar. Istilah pemasaran online, internet, marketing merupakan makna yang sama dengan *E-commerce*. Mungkin banyak yang mengikuti dan menggunakan berbagai macam *platform online* yang berkembang, baik yang sedekar menjual barang bekas via *webstore market place*, mengambil foto dan mengupload foto produk di sosial media dan menawarkan kepada teman, sampai dengan mengikuti berbagai macam bisnis afiliasi dengan hanya bermodalkan link untuk registrasi.¹²

Penggunaan teknologi khususnya *E-commerce* diharapkan dapat memberikan manfaat yang besar terhadap dunia bisnis yang kompetitif tersebut. Perusahaan yang mampu bersaing dalam kompetisi tersebut adalah perusahaan yang mampu

¹¹ Aisyah, S., & Hidir, A. (2014). Kehidupan Lansia Yang Dititipkan Keluarga Di Panti Sosial Tresna Werdha Khusnul Khotimah Pekanbaru. *JOM FISIP Vol 1, No 1, 6*.

¹² Rakhmat Makmur, Manajemen E-commerce (Bandung: Informatika, 2018), hal. 1.

mengimplementasikan teknologi ke dalam perusahaannya. Dengan ini *E-commerce* didefinisikan sebagai proses pembelian dan penjualan antara dua belah pihak di dalam suatu perusahaan dengan adanya pertukaran barang, jasa, atau informasi melalui media internet. Peningkatan transaksi menggunakan *E-commerce* oleh perusahaan merupakan indikasi bahwa manajemen memiliki komitmen terhadap pemanfaatan cara baru atau lebih tepat digambarkan sebagai suatu komitmen untuk memanfaatkan *E-commerce* di dalam pengembangan perusahaan. Selama ini, sistem penjualan yang digunakan oleh perusahaan hanya bersifat manual dan secara tertulis, yang tidak jarang cenderung menyedatkan.

Dengan adanya layanan jasa berupa *E-commerce* yang dapat secara cepat dapat dinikmati oleh pelanggan maupun perusahaan sendiri, maka segala layanan yang diinginkan oleh para pelanggan dapat segera ditindak lanjuti dengan secepat mungkin, sehingga perusahaan tersebut akan mampu memberikan pelayanan yang terbaik dan tercepat bagi para pelanggan. Perdagangan elektronik (*electronic commerce* atau *E-commerce*) adalah penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa melalui sistem elektronik seperti internet atau televisi, *www*, atau jaringan komputer lainnya. *E-commerce* dapat melibatkan transfer dana elektronik, pertukaran data elektronik, sistem manajemen inventori otomatis, dan sistem pengumpulan data otomatis. Perkembangan teknologi dan globalisasi

telah menyebabkan perubahan kultur ekonomi masyarakat Indonesia.¹³

E-commerce didefinisikan berdasarkan empat perspektif dan konteks dimana *E-commerce* tersebut digunakan :

1. Perspektif Komunikasi, *E-commerce* adalah media atau alat komunikasi dalam penyampain informasi produk barang atau jasa yang dijual.
2. Perspektif Bisnis, *E-commerce* adalah aplikasi teknologi yang digunakan untuk melakukan otomasi pada proses bisnis transaksi.
3. Perspektif Layanan, *E-commerce* adalah media atau alat yang digunakan penjual, pembeli dan manajemen untuk berinteraksi satu sama lain yang bertujuan mengurangi biaya pelayanan dan meningkatkan kecepatan pengiriman barang dan kualitas barang atau jasa.
4. Perspektif *Online*, *E-commerce* menyediakan kemampuan membeli dan menjual barang menggunakan internet atau media pelayanan *online* yang lain.¹⁴

¹³ Muhammad Zaiyyinur “*Pengaruh E-commerce Terhadap Perilaku Ekonomi & Sosial Budaya Masyarakat*”
<http://zaiyyinmuhammad.com/2017/06/pengaruh-E-commerce-terhadap-perilaku.html> (diakses pada 02 maret 2019, jam 10:12)

¹⁴ Retno, D., & Dirgahayu, T. (2018). Pengaruh Dimensi Budaya Terhadap Perilaku Penggunaan E-commerce: Daerah Istimewa Yogyakarta. *JOM FISIP Vol.2 No.1, 2*.

E-commerce adalah suatu kegiatan bisnis yang dilakukan lewat dunia maya (internet), dengan memanfaatkan kemajuan teknologi para pengguna *E-commerce* dapat melakukan penjualan, pembelian dan lain-lain. *E-commerce* sangat menguntungkan untuk para penggunanya karena memudahkan untuk pembeli yang menginginkan suatu barang tanpa harus bepergian untuk membelinya. Sekarang sudah semakin banyak bermunculan *online shop* ataupun perusahaan-perusahaan yang menjual berbagai macam barang melalui media *E-commerce* dengan cara hanya dengan membuat website. Tanpa harus bersusah payah untuk pergi ke pasar ataupun pusat perbelanjaan lain untuk membeli barang yang diinginkan kita bisa dengan mudah mendapatkan barang tersebut dengan media *E-commerce* dan kita bisa melakukan transaksi jual beli dengan media *E-commerce* juga.

Media internet semakin dilirik oleh para produsen untuk menjual ataupun mempromosikan produk mereka kepada customer. Pada proses *E-commerce* terjadi efisiensi pada penggunaan fax, pencetakan dokumen, entry ulang dokumen, serta jasa kurir. Efisiensi tersebut akan memperlihatkan adanya pengurangan biaya dan waktu/kecepatan proses. Kualitas transfer data juga menjadi lebih baik, karena tidak dilakukannya entry ulang yang memungkinkan terjadinya human error. Dengan adanya layanan *E-commerce* banyak manfaat yang dapat memudahkan dalam proses jual beli atau jasa yang diberikan informasi tentang perusahaan dan penawaran-penawaran khusus bisa diakses calon customer dengan lebih jelas dan lengkap meskipun para calon customer tersebut mengakses internet dari perangkat mobile mereka.

Manfaat dalam menggunakan *E-commerce* sebagai sistem transaksi adalah:

- a. Dapat meningkatkan market *exposure* (pangsa pasar).
Transaksi *online* yang membuat semua orang di seluruh dunia dapat memesan dan membeli produk yang dijual hanya dengan melalui media komputer dan tidak terbatas jarak dan waktu.
- b. Menurunkan biaya operasional (*operating cost*).
Transaksi *E-commerce* adalah transaksi yang sebagian besar operasionalnya diprogram di dalam komputer sehingga biaya-biaya seperti showroom, beban gaji yang berlebihan, dan lain-lain tidak perlu terjadi.
- c. Meningkatkan *customer loyalty*.
Ini disebabkan karena sistem transaksi *E-commerce* menyediakan informasi secara lengkap dan informasi tersebut dapat diakses setiap waktu selain itu dalam hal pembelian juga dapat dilakukan setiap waktu bahkan konsumen dapat memilih sendiri produk yang dia inginkan.

E-commerce terhadap perilaku ekonomi masyarakat Di masa lalu masyarakat membelanjakan uangnya langsung kepada produsen maupun penjual sehingga perputaran uangnya cenderung pendek, sedangkan kini ketika tren *E-commerce* sedang menjamur, perputaran uang menjadi lebih panjang ini dikarenakan sisten *E-commerce* yang mengharuskan masyarakat untuk melakukan transfer sebagai pembayarannya hal ini akan melibatkan bank. Tidak hanya itu saja secara ekonomi sekarang lebih mudah untuk semua orang misalnya ingin

melakukan usaha perdagangan karena dalam bisnis *online* tidak diperlukan modal untuk mendirikan toko. Pengaruh *E-commerce* terhadap perilaku sosial budaya masyarakat Bagaimana dari segi Sosial Budayanya Dulu masyarakat sangat awam dan kolot mengenai internet, menganggap bahwa internet itu sesuatu hal yang berbahaya dan berbau penipuan, mereka lebih suka berbelanja langsung di pasar tradisional maupun modern karena dinilai lebih aman. Namun cara pandang itu berubah saat ini karena mayoritas masyarakat sekarang telah mengetahui internet dan sistem jual beli *online* sudah tidak dianggap berbahaya lagi karena memang banyak sistem keamanan juga yang memproteksi baik pembeli maupun penjual. Hal ini berarti *E-commerce* telah berhasil mengubah cara pandang masyarakat yang dulu suka berbelanja offline menjadi berbelanja *online*.

C. Metode Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di kecamatan Tampan Kota Pekanbaru, karena ingin mengetahui bagaimana konsumen memilih fitur layanan *Go-Ride* dan *Go-Food* di Pekanbaru.

2. Subjek Penelitian

Adapun subjek penelitian yang ditentukan berdasarkan kriteria-kriteria sebagai berikut :

1. Driver Gojek
Driver Gojek yang ingin diteliti memiliki kriteria sebagai berikut :
 - a. Driver aktif Gojek
 - b. Usia 21-35 tahun
 - c. Laki-laki/ Perempuan

3. Jenis Data

a. Data Primer

Data primer adalah data langsung yang menyangkut tentang

pendapat dari responden tentang variabel penelitian yang bisa diperoleh dari jawaban hasil dari interview dan observasi.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh peneliti untuk melengkapi data primer yang didapatkan melalui : laporan-laporan, literatur-literatur dan lampiran-lampiran data-data lain yang dipublikasikan yang mana dapat mendukung dan menjelaskan masalah penelitian.

4. Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Observasi (pengamatan) merupakan suatu metode penelitian nonsurvei. Dengan metode ini peneliti mengamati secara langsung perilaku para subjek penelitiannya.

2. Wawancara

Wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat di konstruksikan makna dalam suatu topik tertentu.

5. Analisis Data

Teknik yang digunakan dalam penelitian adalah teknik analisis kualitatif deskriptif, yaitu penelitian yang dilakukan dengan cara menggambarkan keadaan atau fenomena di lapangan yang dipilih secara sistematis menurut kategorinya untuk memperoleh kesimpulan, dimana hal tersebut didasarkan pada beberapa pendapat yang menyatakan bahwa analisa data merupakan proses memberi arti pada data.

D. Hasil Penelitian

Layanan *Go-Ride* adalah salah satu fitur layanan *Go-Jek*. Di Pekanbaru yang notabene masyarakatnya aktif diluar rumah karena bekerja, sekolah, kuliah dan sebagainya secara langsung mendorong penerapan fitur layanan *Go-Ride* menjadi diminati masyarakat

Pekanbaru. pengamatan peneliti selama melakukan penelitian, layanan Go-Ride umumnya digunakan oleh kaum pekerja dan pelajar (siswa dan mahasiswa). Pada jam sibuk seperti pagi dan sore hari pemesanan Go-Ride sangat ramai. selama lebih kurang satu bulan dalam mengamati rute paling banyak dipesan pada layanan Go-Ride. Pada tabel diatas dapat dilihat bahwa tempat-tempat yang banyak mendapatkan pesanan layanan Go-Ride adalah pasar, kampus, tempat kerja, kantor (tempat pengurusan surat oleh masyarakat), mall, restoran dan cafe. Peneliti memantau dari pukul 06.00 WIB hingga pukul 21.00 WIB. Peneliti menemukan pada jam-jam tertentu para driver Go-Ride sudah bersiap di tempat-tempat yang menjadi jam sibuk konsumen. Transportasi merupakan kebutuhan turunan (derived demand), akibat aktifitas ekonomi, social dan sebagainya. Dalam kerangka makro ekonomi maka transportasi merupakan tulang punggung perekonomian nasional, regional dan local, baik diperkotaan maupun diperdesaan kuncinya ada pada pengintegrasian berbagai layanan transportasi. Kebutuhan angkutan bahan pokok dan komoditas harus dapat dipenuhi oleh jaringan transportasi yang berupa jaringan jalan, kereta api pelayanan pelabuhan dan bandara yang efisien. Angkutan udara, darat dan laut harus saling terintegrasi dalam satu sistem logistic dan rantai pasok yang menunjang pembangunan nasional. Krisis ekonomi 1997/98 dan 2008/09 telah memberikan pengalaman yang berharga bagi Indonesia untuk memperkuat ketahanan ekonominya. Banyak Negara mengambil kebijakan untuk mengurangi pengeluaran pembangunan pada krisis ekonomi untuk mempertahankan ekonominya, kenyataannya justru Negara-negara yang tetap berupaya membangun melalui

anggaran pemerintah yang dapat melalui dengan baik.

Go-Food adalah salah satu fitur dalam aplikasi Go-Jek. Go-Food bertujuan memberikan pelanggan kemudahan dalam layanan pesan antar makana. Pada saat ini Go-Food sudah ada di Pekanbaru dengan ratusan data restoran yang menunya dapat di akses via aplikasi Go-Jek. Hanya dengan sekali klik saja maka konsumen Go-Food dapat memilih kategori makanan yang diinginkan. Tidak hanya itu, konsumen Go-Food juga dimudahkan dengan pilihan bisa memilih restoran terdekat sehingga bisa lebih irit biaya kirim. Pada saat memilih menu, konsumen dapat menggunakan fitur 'add note' untuk memperjelas pesanan, contohnya goreng kering, tidak pedas, tidak pakai bawang goreng dan sebagainya. Beragam fitur tersebut disediakan Go-Jek untuk memberikan kemudahan pada konsumen dan kemudahan bagi driver untuk menjalankan pelayanan Go-Food.

Harga yang tercantum pada Go-Food merupakan harga perkiraan dan konsumen harus membayar sesuai harga yang tertera. Fitur Go-Food dibentuk agar mudah di gunakan oleh konsumen dan mitra. Tujuan utama dari Go-Food adalah meningkatkan kontribusi pada pendapatan ekonomi mitra. Sumbangan poin dari layanan Go-Food lebih menguntungkan bagi beliau. Namun subjek penelitian menyadari dengan baik bahwa layanan Go-Ride lebih banyak memberikan masukan ekonomi. Bagi subjek penelitian apapun layanan Go-Jek yang dilakukan diharapkan dapat memberikan keuntungan yang signifikan. Meski dalam skala yang berbeda asal menjadi dampak baik bagi mitra Go-Jek yang dalam hal ini adalah driver sepeda motor. Tidak seperti halnya pengalaman mendapatkan sanksi dari layanan Go-Ride, bapak Ahmad tidak pernah mendapatkan sanksi

sekalipun pada layanan Go-Food. Pada layanan Go-Food setiap pesanan customer sudah tertera dengan lengkap dan rinci di aplikasi. Jika ada kesalahan pada pemesanan maka driver yang akan mengurusnya dengan restoran yang bersangkutan. Menurut subjek penelitian, beliau telah mengecek pesanan customer dengan baik dan melakukan konfirmasi dengan restoran yang di pesan maknanya. Namun ketika pesanan sampai kepada customer ternyata tidak sesuai pesanan. Akhirnya yang menjadi sasaran kekesalan customer adalah driver yang melakukan tugasnya. Beberapa kesalahan dari customer yang merugikan para driver adalah tidak memperhatikan dengan baik bagaimana penjelasan dari driver atas masalah yang terjadi pada pemesanan customer.

Keberadaan Go-Jek atau moda transportasi lain yang berintegrasi dengan system teknologi dan informasi merupakan fenomena baru dalam masyarakat suatu inovasi baru yang tidak pernah terbayangkan sebelumnya oleh banyak orang memiliki potensi besar untuk menimbulkan kontroversi. Suatu hal yang tepat sekali adalah kalimat yang dimuat dalam website resmi Go-Jek bahwa Go-Jek merupakan pemimpin revolusi industry transportasi. Apabila saat ini moda transportasi berintegrasi dengan system teknologi dan informasi diterapkan dalam bentuk kendaraan bermotor berjenis sepeda motor Go-Jek dan lain-lain. Tidak menutup kemungkinan disuatu hari nanti akan muncul pula moda transportasi online yang tidak hanya berlaku didarat, tetapi juga berlaku di air dan di udara. perkembangan demikian juga tidak menutup kemungkinan terjadinya kontraversi yang bahkan berujung kembali pada bentrokan fisik sebagaimana telah terjadi dalam kasus para pelaku bisnis

transportasi jalan konvensional melawan para pelaku bisnis transportasi jalan online.

E. Penutup

a. Kesimpulan

Penelitian yang dilakukan mengenai Layanan *Go-Ride* dan *Go-Food* di Pekanbaru telah selesai dilakukan dengan menarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Penelitian menemukan bahwa fitur layanan yang lebih menguntungkan Driver Go-Jek adalah fitur layanan Go-Ride. Pada penelitian ditemukan bahwa semua driver aktif melakukan layanan Go-Ride namun tidak untuk layanan Go-Food. Yang menyebabkan layanan Go-Ride banyak memberikan keuntungan bagi driver adalah karena penghasilan tetap dan poin yang banyak dari layanan Go-Ride. Sedangkan dari layanan Go-Food tidak terlalu banyak menyumbangkan poin pada driver dalam satu minggu.
2. Penelitian juga menemukan adalah beberapa faktor yang mendorong layanan Go-Ride dan Go-Food memberikan keuntungan bagi driver. Yaitu sebagai berikut:
 - a. Keterbatasan Konsumen Terhadap Akseibilitas
Penelitian menemukan bahwa hampir setiap hari subjek penelitian melakukan orderan. Setiap tujuan customer berbeda-beda. Tujuan yang berbeda inilah yang menjadi keuntungan dari driver karena semakin jauh tujuan semakin meningkat tarif antar. Driver bersedia mengantar hingga

tepat waktu dan aman dalam perjalanan. Karenanya Go-Jek mendapatkan kepercayaan masyarakat Pekanbaru untuk bisa menjadi jalan keluar dari permasalahan akseibilitas. Baik dari segi kecepatan maupun biaya yang harus dikeluarkan.

b. Situasi dan Kondisi Customer

Penelitian menemukan bahwa tidak sedikit customer yang menggunakan layanan Go-Ride dan Go-Food untuk memudahkan kebutuhan mereka. Tidak jarang layanan Go-Ride diminta untuk melakukan orderan darurat (contohnya mengantarkan orang yang sakit), dan tidak jarang pula layanan Go-Food diminta untuk mendapatkan barang lain yang tidak ada dalam daftar pesanan. Namun driver tetap mengikuti keinginan customer selagi dalam batas kewajaran. Alhasil layanan Go-Ride dan Go-Food menjadi pilihan utama ketika customer membutuhkan layanan transportasi yang mampu menjawab segala kebutuhan.

b. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka berikut adalah beberapa saran yang dapat diberikan oleh peneliti:

1. Untuk mitra Go-Jek dalam hal ini adalah driver Go-Ride dan Go-Food, driver diharapkan lebih meningkatkan kinerjanya. Terutama dalam melakukan orderan dan berinteraksi langsung dengan customer. Bekerja menurut peraturan

perusahaan adalah langkah yang tepat bagi driver Go-Jek.

2. Bagi perusahaan Go-Jek, diharapkan lebih selektif dalam menerapkan peraturan pelayanan. Sehingga peraturan tidak hanya membuat para mitra harus berupaya keras menaati kemauan customer dan seharusnya ada peraturan yang memposisikan mitra atau driver bisa menolak permintaan customer yang tidak sesuai dengan operasional perusahaan.

DAFTAR PUSTKA

Buku

- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Aziz, R., & Asrul. (2014). *Pengantar Sistem Dan Perencanaan Transportasi*. Yogyakarta: Deepublish.
- Kotler, & Killer. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kriyantono, R. (2011). *Teknik Penulisan Komunikasi*. Jakarta: Prenada Media Grup.
- Makmur, R. (2018). *Manajemen E-commerce*. Bandung: Informatika.
- Muhammad, A. (1998). *Hukum Pengangkutan Niaga*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Paul, D. (1990). *Teori Sosiologi Klasik dan Modern*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Salim, A. (2000). *Manajemen Transportasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, & Fandy. (2008). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi Offset.

Jurnal

- Aisyah, S., & Hidir, A. (2014). Kehidupan Lansia Yang Dititipkan Keluarga Di Panti Sosial Tresna Werdha Khusnul Khotimah Pekanbaru. *JOM FISIP Universitas Riau Vol 1, No 1, 6*.
- Choirul, N. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Ojek Online (Studi Pada Konsumen Gojek Di Surabaya). *JOM FEKON Vol 3, No 3, 3*.
- Choirul, N. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Ojek Online (Studi Pada Konsumen Gojek Di Surabaya). *JOM FEKON Universitas Negeri Surabaya Vol 3, No 3, 3*.
- Panjaitan, I. (2016). Pengaruh Pelayanan Dan Harga Pada Go-Jek Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Minat Sebagai Variabel Moderating (Study Kasus Pada Mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta). *JOM Bidang Ekonomi Dan Bisnis Universitas Agustus 1945 Jakarta Vol 19, No 2, 1-13*.
- Retno, D., & Dirgahayu, T. (2018). Pengaruh Dimensi Budaya Terhadap Perilaku Penggunaan E-commerce: Daerah Istimewa

Yogyakarta. *JOM FISIP Vol.2 No.1, 2*.

- Rifaldi, Kadunci, & Sulistyowati. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Transportasi Online Gojek Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Mahasiswa/I Administrasi Niaga. *JOM Administrasi Bisnis Terapan Politeknik Negeri Jakarta Vol 13, No 2, 1-8*.

Skripsi

- Tri Ulfa. 2017. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bisnis Jasa Transportasi Gojek (Studi Kasus Mahasiswa FEBI UIN Sumatera Utara)". Skripsi. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis. Universitas Islam Sumatera Utara

Website

- CCM. (2016, Desember 6). Dipetik Maret 1, 2019, dari Cara Memesan GO-RIDE: <https://id.ccm.net/faq/927-cara-memesan-go-ride>
- Franchise, M. (2017, April 11). Dipetik Maret 1, 2019, dari Memanfaatkan G0-Food Sebagai Layanan Food Delivery: <https://www.majalahfranchise.com/article/306/memanfaatkan-gofood-sebagai-layanan-food-delivery> (diakses pada 01 maret 2019, pukul 15.45)
- Gojek. (2018, Desember 3). Dipetik Februari 19, 2019, dari Jenis-jenis Layanan GO-JEK: " <https://driver.gojek.com/s/article/Jenis-Jenis-Layanan-GO-JEK-1536834537778>

Mangcara. (2018, Agustus 27). Dipetik Februari 19, 2019, dari Sejarah Awal Berdiri Gojek Hingga Jadi Ojol Terbesar:
<http://mangcara.com/sejarah-awal-berdirinya-gojek-hingga-jadi-ojol-terbesar/>

Maxmanore. (2016, Februari 30). Dipetik Februari 19, 2019, dari Fungsi, Manfaat, Jenis dan Contoh Alat Transportasi:
<https://www.maxmanroe.com/vi-d/umum/pengertian-transportasi.html>

Pekanbaru, T. (2018, Februari 2018). Dipetik Februari 19, 2019, dari jumlah driver go-jek di pekanbaru diperkirakan sudah 4 ribuan:
<http://pekanbaru.tribunnews.com/2018/02/25/jumlah-driver-go-jek-di-pekanbaru-diperkirakan-sudah-4-ribuan>

Riaueksis. (2017, April 15). Dipetik Februari 19, 2019, dari Kehadiran Gojek Di Pekanbaru Mulai Dikhawatirkan:
<https://riaueksis.com/read-3-6429-2017-04-15-kehadiran-gojek-di-pekanbaru-mulai-dikhawatirkan.html>

Zayyinur, M. (2017, Juni 18). Dipetik Maret 2, 2019, dari Pengaruh E-commerce Terhadap Perilaku Ekonomi Dan Sosial Budaya Masyarakat:
<http://zaiyyinmuhammad.com/2017/06/pengaruh-E-commerce-terhadap-perilaku.html>