

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Transportasi merupakan bidang yang sangat penting dalam kehidupan masyarakat Indonesia. Mengingat kebutuhan masyarakat Indonesia pada transportasi sangat tinggi. Bidang transportasi di Indonesia sangat di gencarkan dengan munculnya transportasi berbasis aplikasi atau biasa disebut dengan transportasi online.

Pada tahun 2015, telah berdiri perusahaan transportasi online, yaitu Gojek. PT. Gojek Indonesia merupakan sebuah perusahaan swasta penyedia jasa berbasis teknologi yang bermitra dengan pengemudi ojek di beberapa kota di Indonesia, diantaranya adalah Jabodetabek, Bandung, Bali dan Surabaya.

Pada tahun 2015 Gojek digunakan secara aktif oleh 15 juta orang setiap minggunya. Di tahun 2016 pengguna Gojek semakin meningkat menjadi 30 juta pelanggan. Lalu pada tahun 2017 peningkatan Gojek agak menurun karena persaingan dengan pesaing, jumlah pelanggan Gojek di tahun 2017 sebanyak 9,7 juta pelanggan. Sedangkan di tahun 2018 peningkatan pelanggan Gojek berjumlah 20 juta. Kemudian di tahun 2019 pelanggan Gojek berjumlah 155 juta. Dan di tahun 2020 peningkatan pelanggan Gojek mencapai 52% pelanggan.

Sistem manajemen dan operasional Gojek adalah berbasis teknologi *modern startup*. Setiap *driver* Gojek menggunakan *handphone* dengan aplikasi dan GPS.

Kemudahan yang ditawarkan oleh PT. Gojek Indonesia dalam memenuhi kebutuhan transportasi memberikan dampak yang signifikan. Beberapa efek positif yang diberikan Gojek kepada masyarakat adalah biaya transportasi yang cenderung kompetitif, efisien waktu perjalanan, pemesanan yang mudah dan praktis.

Gojek dengan layanan Go – Ride berhasil menarik minat para pelanggan transportasi umum. Selain cepat dan praktis transportasi online beroda dua ini pun mampu menghemat waktu disela – sela macetnya Ibu kota. Selain layanan Go – Ride, Gojek juga menyediakan transportasi online lain nya, yaitu Go – Car. Ini juga banyak di gunakan masyarakat yang mempunyai waktu luang.

Persaingan jasa layanan transportasi yang semakin kompetitif memudahkan masyarakat untuk memilih menggunakan salah satu dari layanan transportasi online. Mengurangi kemungkinan konsumen lama untuk berpindah jasa. Jika jasa transportasi tersebut menawarkan kualitas pelayanan yang baik, maka konsumen pun cenderung tertarik untuk menggunakan jasa transportasi tersebut.

Selain kualitas pelayanan, faktor lain yang mempengaruhi memilih jasa transportasi online adalah promosi. Adanya promosi untuk mempengaruhi calon konsumen agar dapat memilih jasa yang dihasilkan oleh keunggulan dari jasa transportasi online tersebut.

Masalah keputusan konsumen dalam hal kualitas pelayanan dan promosi menjadi perhatian bagi perusahaan. Apabila konsumen merasa tidak puas terhadap pelayanan pengemudi, maka keputusan konsumen perlu didukung oleh kualitas pelayanan, promosi dan fasilitas yang memadai serta etika/tata krama.

Namun beberapa bulan ini transportasi online mengalami penurunan pemasukan di akibatkan oleh wabah virus corona atau disebut covid – 19. Berawal dari kota Wuhan, China. Virus ini menyebar keseluruh penjuru dunia, salah satunya Indonesia. Sejak awal Maret virus ini sudah menghebohkan Indonesia.

Sejak adanya covid – 19 di Indonesia, President dan Pemerintah mengambil kebijakan lockdown dan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar). Hal ini sangat mempengaruhi pendapatan uang masuk dan segala kegiatan lain nya. Seluruh sekolah diliburkan, perkuliahan diliburkan serta karyawan di anjurkan untuk *WFH (Work From Home)* bahkan sampai ada yang di PHK karena pandemi ini. Karena adanya kebijakan yang dilakukan oleh pemerintah, masyarakat Indonesia dianjurkan untuk dirumah saja dan jarang menggunakan aplikasi Trasnportasi Online.

PT. Gojek Indonesia telah memperdayakan begitu banyak mitra dengan memberikan mereka peluang untuk memperoleh penghasi laan. Namun, ketika kemampuan mereka untuk memperoleh penghasilan terkena dampak negatif dari pandemic covid – 19, Gojek bertekad untuk berupaya sekuat – kuatnya membantu mereka.

Ratusan ribu mitra driver atau ojek online mengalami penurunan pendapatan seiring dengan berkurangnya mobilitas para pelanggan di masa pandemic covid – 19. Untuk membantu perekonomian mereka, Co – CEO Gojek meluncurkan Program Dana Bantuan Mitra Gojek atau *Gojek Partner Support Fund*.

Dana Bantuan Mitra Gojek itu nantinya akan dikelola oleh Yayasan Anak Bangsa Bisa. Co – CEO Gojek memutarakan ekonomi para mitra driver dan *service provider* menjadi lambat dikarenakan pandemic covid – 19 ini.

Lalu Co – CEO dan jajaran manajemen perusahaan akan mendonasikan 25% dari gaji tahunan mereka selama 12 bulan ke depan. Kemudian dari anggaran kenaikan gaji tahunan seluruh karyawan Gojek yang nantinya dialihkan untuk dana

bantuan ini. Selain itu, pihak lain pun dapat memberikan donasi, terutama para *partner* korporat Gojek.

Seiring dengan semakin luasnya dampak pandemi covid – 19 Gojek memiliki 12 program yang beberapa diantaranya akan dikelola dengan menggunakan Dana Bantuan Mitra Gojek. Hal ini menggaris – bawahi komitmen Gojek dalam mendukung para mitra driver yang selama ini telah tumbuh bersama dengan perusahaan.

Pola interaksi dan aspek komunikasi yang dilakukan oleh PT. Gojek dengan driver sangat menentukan keberhasilan program yang sedang dikerjakan. Dalam hal ini aspek komunikasi semakin efektif dan berlangsung dengan baik (Rahmat, 1998:118).

Dengan adanya interaksi dan aspek komunikasi memudahkan PT. Gojek mengetahui apa yang menjadi kebutuhan driver dimasa pandemi seperti ini. Dan hal ini membantu perekonomian para driver dan pangan mereka sehari – hari.

Ada pun 12 program ini mencakup tiga area utama yang paling berdampak bagi keberlangsungan hidup mitra driver Gojek, yaitu diantaranya ada penyediaan layanan kesehatan, keringanan beban biaya harian, dan bantuan pendapatan.

PT. Gojek Indonesia telah mendistribusikan masker, handsanitizer, dan vitamin bagi driver. Hal ini bertujuan agar mereka mendapatkan perlindungan yang memadai selama bekerja. Jaminan asuransi kesehatan bagi driver tidak hanya mencakup covid – 19, driver akan memperoleh asuransi yang mencakup biaya rawat inap dan jalan untuk penyakit umum selama masa pandemic covid – 19.

Untuk program meringankan beban biaya harian Gojek juga telah meluncurkan program distribusi sembako berupa voucher untuk membeli kebutuhan sehari – hari dan voucher ini dibagi ke para driver berusia diatas 60 tahun khususnya di kota – kota utama. Program ini akan dimulai di Jabodetabek dan juga akan dikelola oleh Yayasan Anak Bangsa Bisa.

Teruntuk program terakhir yang berupa bantuan pendapatan Gojek juga telah menambah fitur baru diaplikasinya yaitu, menambah opsi pilihan agar para konsumen dapat menambahkan tip driver yang disalurkan langsung ke E – Wallet driver. Program bantuan pendapatan ini dikelola oleh Yayasan Anak Bangsa Bisa yang akan mengawasi penyaluran dana ditengah dampak pendemi covid - 19.

PT. Gojek Indonesia juga memastikan bahwa seluruh program yang mereka lakukan dapat terimplementasi secara menyeluruh ditengah keterbatasan persediaan serta dengan ditetapkan nya sosial distancing.

Maka dari itu berdasarkan uraian diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Bagaimana pelaksanaan dan evaluasi program promosi PT. Gojek dalam pendapatan driver pada masa pandemi covid-19?”**

## **1.2 Fokus Penelitian**

Bedasarkan pengamatan, peneliti membahas tentang keputusan konsumen dalam hal kualitas pelayanan dan promosi menjadi perhatian bagi perusahaan. Apabila konsumen merasa tidak puas terhadap pelayanan pengemudi, maka keputusan konsumen perlu didukung oleh kualitas pelayanan, promosi dan fasilitas yang memadai. Adanya promosi untuk mempengaruhi calon konsumen agar dapat memilih jasa yang dihasilkan oleh keunggulan dari jasa transportasi online tersebut. Namun beberapa bulan ini transportasi online mengalami penurunan pemasukan di akibatkan oleh wabah virus corona atau disebut covid – 19. President dan Pemerintah mengambil kebijakan lockdown dan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar). Karena adanya kebijakan yang dilakukan oleh pemerintah, masyarakat Indonesia dianjurkan untuk dirumah saja dan jarang menggunakan aplikasi Transportasi Online. Jadi, berdasarkan latar belakang yang peneliti sudah paparkan maka peneliti menentukan rumusan masalah yaitu : **“Bagaimana pelaksanaan dan evaluasi program promosi PT. Gojek dalam pendapatan driver pada masa pandemi covid-19?”**

## **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Mengetahui pelaksanaan dan evaluasi strategi promosi PT. Gojek terhadap pendapatan driver pada masa pandemi covid-19.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun secara praktis.

### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Secara teoritis, hasil penelitian ini ditujukan untuk menambah wawasan dan juga pengetahuan dan perkembangan strategi promosi. Penelitian ini bertujuan untuk menambah informasi tentang strategi promosi dan membuat perencanaan promosi.

### 1.4.2 Manfaat Praktis

Secara praktis penelitian ini dapat bermanfaat :

- a. Bagi Akademik  
Memperkaya pemahaman konflik komunikasi untuk mempertahankan hubungan yang terjalin dalam suatu perusahaan, serta menjadi tambahan referensi bagi mahasiswa/I Universitas Esa Unggul dalam pembahasan strategi promosi.
- b. Bagi Perusahaan Dapat menjadikan bahan evaluasi terhadap strategi promosi yang ada, sehingga dapat melakukan tindakan atau upaya demi tercapainya tujuan dari perusahaan.