

Fitur Aplikasi Gojek Favorit Konsumen Pada Saat Pandemi COVID-19 Di Kota Bandung

Novianti Eka Kartika

Fakultas Ilmu Komunikasi, Adhirajasa Reswara Sanjaya University, Bandung, Indonesia

ABSTRAK

Pada Maret lalu Indonesia digemparkan dengan adanya virus COVID-19. Kewajiban *physical distancing* membuat Gojek merubah kebijakan pada penggunaan aplikasinya, yaitu dengan penyajian fitur yang berbeda pada aplikasi Gojek saat pandemi COVID-19. Kebijakan untuk menghapus sementara layanan Go-Ride atau mengantarkan penumpang ke suatu tempat hingga fitur pesan otomatis pada layanan Go-Food untuk menyimpan makanan yang diantar pada pagar dan melakukan pembayaran cashless atau gopay demi memutus rantai penyebaran virus COVID-19. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui fitur atau layanan mana yang menjadi favorit konsumen di kota Bandung pada saat pandemi COVID-19. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu studi fenomenologi dengan pendekatan kualitatif. Pada hasil penelitian dari wawancara online kebeberapa narasumber pada penggunaan layanan atau fitur yang menjadi favorit konsumen di kota Bandung yaitu layanan Go-Food sebagai layanan pesan antar makanan dan layanan kedua yaitu layanan Go-Send sebagai layanan pengiriman barang berskala kecil. Fitur-fitur tersebut dipilih konsumen Gojek saat pandemi Covid-19 karena kemudahan yang mereka perlukan saat melakukan *social distancing*.

Kata-kata kunci: Fitur Gojek, Layanan Gojek, Pandemi COVID-19

Gojek Application Features Favorite for Consumers during the COVID-19 Pandemic in Bandung City

ABSTRACT

In March, Indonesia was shocked by the COVID-19 virus. The obligation of physical distancing made Gojek change its policy on the use of its application, by presenting different features on the application during the COVID-19 pandemic. The policy was to temporarily remove the Go-Ride service or took passengers to a place to the automatic message feature on the Go-Food service to store food delivered on the fence and made cashless or Go-Pay payments in order to break the chain of spreading the COVID-19 virus. The purpose of this research was to find out which features or services were the favorite features of consumers in the city of Bandung during the COVID-19 pandemic. The research method used a phenomenological study with a qualitative approach. The research results based on online interviews with several sources on the use of services or features showed that the favorite features for consumers in the Bandung City, namely the Go-Food service as a food delivery service and the second service was the Go-Send service as a small-scale delivery service. These features were chosen by Gojek consumers during the pandemic Covid-19 because of the ease for them to need when doing social distancing.

Keywords: Gojek Features, Gojek Services, COVID-19 Pandemic

Korespondensi: Novianti Eka Kartika. Adhirajasa Reswara Sanjaya University. Jl. Sekolah Internasional No. 1-2 Bandung, 40282, Jawa Barat, Indonesia. HP/WhatsApp: 085860750674 / 087848724043 Email: noviantiekak@gmail.com

PENDAHULUAN

Transportasi biasa digunakan dalam kegiatan sehari-hari oleh masyarakat luas. Transportasi sangat memudahkan masyarakat untuk menjalani

aktivitasnya dalam berpergian, seperti pergi ke kantor, sekolah, kampus dan berbagai tempat lainnya. Jenis transportasi yang biasa digunakan adalah kendaraan pribadi seperti mobil

atau motor dan kendaraan umum seperti angkutan umum, bus, taksi, transportasi berbasis rel (kereta) dan sebagainya (Wiradharma & Program, 2018). Namun, penggunaan transportasi umum memiliki berbagai kendala atau masalah seperti, kemacetan lalu lintas, minimnya pelayanan dan kondisi angkutan umum yang masih belum memenuhi harapan masyarakat dan masalah lain juga timbul dengan banyaknya tindak kriminal pada angkutan umum (Tumuwe et al., 2018)

Seiring perkembangan zaman dan teknologi, hadirlah jasa transportasi *online* yang diciptakan dengan tujuan untuk mempermudah seseorang yang ingin bepergian. Sebagai contoh dalam mempermudah pemesanannya yang lebih efisien dan efektif (Tutuko et al., 2016). Transportasi *online* tersebut dapat diartikan sebagai angkutan umum yang biasa digunakan, namun dapat dioperasikan secara *online* menggunakan aplikasi sebagai penghubung antara pengguna dan pengemudi yang sangat mempermudah pemesanan, selain itu biaya perjalanan sudah tertera pada aplikasi. Pemesanan *online* yang fleksibel dapat mudah diterima oleh khalayak dan banyaknya fitur atau layanan yang memudahkan urusan atau kebutuhan masyarakat.

Dalam penggunaan transportasi *online* yang menjadi minat masyarakat adalah ojek *online* menggunakan kendaraan roda dua atau kendaraan roda empat (Anjani, 2003).

Terobosan baru dalam inovasi transportasi berbasis *online* ini menjadi hal istimewa yang terjadi di kalangan masyarakat pengguna transportasi umum pasalnya, transportasi *online* menawarkan berbagai macam kemudahan dalam mengaplikasikannya. Mulai dari pemesanan yang mudah melalui aplikasi yang dapat di unduh di *smartphone* Android atau IOS, dari biaya yang lebih murah, hingga kenyamanan dan keamanan yang lebih terjamin (Azizah & Adawia, 2018). Gojek merupakan jasa transportasi *online* yang paling diminati oleh masyarakat di Kota Bandung. Lembaga riset global, *Growth for Knowledge* (GfK) Indonesia, Robin Muliady mengungkapkan, Gojek merupakan layanan transportasi *online* yang lebih banyak digunakan masyarakat. Angka penggunaan aplikasi Gojek mencapai 21,6 persen dari total penggunaan aplikasi transportasi *online* lainnya (Program et al., n.d.).

Perusahaan ojek *online* yang sedang meningkat pesat yang didirikan tahun

2011 oleh Nadiem Makarim dan Michaelangelo Moran yaitu Gojek. Gojek bertujuan untuk mengurangi masalah pengangguran di Indonesia serta menjadi solusi kemacetan di kota-kota besar. Hanya dengan aplikasi Gojek pada *smartphone* dan memiliki kuota, *driver* dapat mengantarkan penumpangnya kemanapun mereka inginkan tanpa harus datang ke pangkalan ojek. Perusahaan ini menyediakan pelayanan yang berupa Go-Ride untuk melayani pengantaran penumpang ke tempat yang dituju, Go-Food untuk melayani pesan antar makanan, Go-Send untuk melayani pengiriman barang berskala kecil, Go-Mart sebagai layanan untuk berbelanja kebutuhan konsumen, Go-Tix untuk melayani pemesanan tiket bioskop maupun tiket lainnya dan Go-Clean untuk melayani jasa untuk membersihkan rumah. *Driver* akan memberikan fasilitas berupa helm Gojek demi keamanan penumpangnya tanpa harus ribet membawa sendiri. Dengan cara kerja yang mudah yaitu konsumen atau penumpang hanya perlu menentukan lokasi titik penjemputan dan menentukan arah dan lokasi yang dituju pada aplikasi, selain itu tarif yang lebih murah dari ojek pangkalan sudah

tertera pada aplikasi, memudahkan konsumen dalam menyiapkan pembayaran (Kamim & Khandiq, 2019).

Gojek merupakan perusahaan yang memimpin revolusi industri transportasi *online*. Kerjasama yang dilakukan Gojek dengan para *drivernya* di seluruh pelosok daerah di Indonesia menjadi kemudahan teknologi yang diapresiasi oleh masyarakat dalam membantu kebutuhan sehari-hari (Junior, 2017). Tahun 2011, Gojek berdiri oleh Nadiem Makarim sebagai CEO utama dari perusahaan Gojek. Dengan slogannya yaitu *An Ojek For Every Need* adalah perusahaan transportasi asal Indonesia yang memenuhi berbagai kebutuhan konsumennya mulai dari transportasi pengantaran penumpang dengan teknologi *location based* akan mencari *driver* yang posisinya paling dekat dengan pemesan, hingga layanan pesan antar makanan dan pengantaran barang mulai dari skala kecil hingga besar (Salim & Ihalauw, 2017).

Pada Maret lalu, Indonesia dikejutkan dengan wabah virus corona (COVID-19) yang mulai mengancam kesehatan masyarakat. WHO semenjak Januari 2020 telah menyatakan dunia masuk ke dalam darurat global terkait virus ini (Indriya, 2020). Pemerintah

memberlakukan beberapa kebijakan dan peraturan Mengantisipasi dan mengurangi jumlah penderita virus corona di Indonesia dan sudah dilakukan di seluruh daerah. Diantaranya dengan memberikan kebijakan *social distancing* atau *physical distancing* dengan menjaga jarak minimal satu meter dengan orang lain, tidak melakukan kegiatan di luar rumah tanpa ada urusan yang penting, melakukan kegiatan sekolah secara daring di rumah dan pemberlakuan kerja di rumah atau *work from home*. Hal ini sudah menjadi kebijakan pemerintah berdasarkan pertimbangan-pertimbangan yang sudah dianalisa dengan maksimal tentunya (Buana, 2017)

Upaya menaati pemberlakuan yang ditetapkan pemerintah, Gojek mendukung gerakan #dirumahaja sebagai salah satu cara untuk melindungi keluarga atau masyarakat dengan menjaga jarak (*social distancing*) ketika berada di kerumunan atau dalam aktivitas yang melibatkan banyak orang dalam waktu bersamaan demi keselamatan bersama (Beniac et al., 2006). Gojek juga mengeluarkan kebijakan baru dalam upaya mencegah penyebaran COVID-19 melalui bentuk komunikasi di fitur layanan Go-Food,

Go-Mart, dan Go-Shop. Perihal sebaiknya melakukan *Cashless Payment* (pembayaran non tunai), pembayaran yang dilakukan dengan Go-Pay atau *Pay Later* sehingga dapat lebih mudah melakukan *Physical Distancing* dengan *driver*. Pembayaran secara *cashless* dapat mengurangi penyebaran virus melalui uang yang sudah terpegang oleh banyak tangan sebelumnya. Lalu, *Contactless Delivery* yaitu fitur untuk pengantaran tanpa kontak fisik langsung. Komunikasi berupa pesan otomatis di dalam fitur chat bersama *driver* dalam layanan Go-Food, Go-Mart dan Go-Shop. Setelah melakukan pemesanan layanan Go-Food, Go-Mart atau Go-Shop, pengguna dapat berkomunikasi dengan *driver* dengan memilih pesan cepat yang sudah disediakan dalam fitur chat seperti, “Simpan makanan pada pagar rumah” atau “Simpan atau titip makanan pada lobi”. Lalu, *driver* akan memberitahu kepada konsumen apabila makanan telah dikirimkan dan disimpan sesuai dengan tempat yang diinginkan konsumen.

Gojek pun menghapus sementara layanan Go-Ride sebagai layanan antar penumpang ke tempat yang dituju. Namun, para pengguna Go-Ride tidak

perlu khawatir karena tetap dapat menggunakan layanan pengantaran melalui layanan Go-Car dan melakukan instruksi-instruksi khusus seperti menggunakan masker pada saat menumpangi mobil oleh *driver* Go-Car, tidak terlalu sering melakukan komunikasi kepada *driver*, saran untuk melakukan pembayaran *cashless* atau melalui gopay agar mengurangi kontak fisik dibanding saat melakukan pembayaran *cash* yang dikhawatirkan dapat terjadi sentuhan fisik antara penumpang dan *driver*. Lalu, menempati seat atau tempat duduk di belakang *driver* demi menjaga jarak atau *physical distancing* sesuai dengan protokol atau kebijakan yang dihimbau oleh pemerintah.

Kampanye yang dilakukan Gojek lewat aplikasi seperti #dirumahaja untuk selalu menghimbau para penggunanya agar tidak melakukan aktivitas di luar rumah ketika tidak ada hal yang penting. Gojek akan membantu para penggunanya untuk memenuhi kebutuhan seperti berbelanja, membeli makanan, obat-obatan dan sebagainya dengan layanan Go-Food, Go-Mart dan Go-Shop. Selain itu, #KasihLebih untuk membantu para mitra *driver* dengan memberikan uang tip melalui

aplikasi. Langkah ini diharapkan akan membantu dan menyemangati para *driver* yang telah rela menembus resiko di tengah situasi darurat pandemik COVID-19 dan sepiunya orderan pada saat pandemik Covid-19 yang berdampak pada penghasilan *driver*. Dengan berbagai fitur baru dari kebijakan yang Gojek lakukan untuk membantu para pengguna dalam memenuhi kebutuhan seperti menggunakan jasa layanan jasa antar Go-Food, Go-Mart dan Go-Shop dan layanan lainnya (Hosana, 2018).

Pemaparan latar belakang di atas maka, penelitian bertujuan untuk mengetahui fitur aplikasi Gojek apa saja yang menjadi fitur atau layanan favorit konsumen pada saat pandemi COVID-19 di kota Bandung. Kebijakan pada aplikasi Gojek yang dibuat pada pandemi COVID-19 tentunya akan menyebabkan banyak perubahan yang dialami konsumen. Seperti menghapus sementara layanan Go-Ride untuk mengantarkan penumpang pada lokasi yang dituju, sedangkan layanan Go-Ride adalah fitur transportasi online yang utama pada aplikasi Gojek.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu studi fenomenologi dengan pendekatan kualitatif. Subjek penelitian adalah konsumen atau pengguna aplikasi Gojek yang rutin melakukan *order* pada saat pandemik COVID-19 dan bertempat tinggal di Kota Bandung. Dalam penelitian kualitatif, hal yang menjadi bahan pertimbangan utama dalam pengumpulan data adalah pemilihan informan.

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini melalui wawancara terstruktur secara *online* kepada narasumber dalam bentuk *call phone* atau *video call*. Pengumpulan data yang dilakukan peneliti yaitu wawancara terstruktur karena informasi pasti yang telah diperoleh sebelumnya. Peneliti menyiapkan pertanyaan-pertanyaan tertulis dan dalam wawancara ini setiap informan atau narasumber diberi pertanyaan yang sama. Wawancara terstruktur yang dilakukan diharapkan dapat menjadi simpulan atau jawaban dari hasil penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL PENELITIAN

Di saat pandemik COVID-19, Gojek melakukan kebijakan tertentu yang membuat layanan pada aplikasinya sedikit berbeda. Dengan menghapus sementara fitur layanan Go-Ride, menambahkan fitur-fitur pesan otomatis pada layanan Go-Food, Go-Shop, Go-Mart dan layanan lainnya hingga mengkampanyekan dukungan hashtag seperti #dirumahnya sebagai himbauan atau informasi dan edukasi kepada para pengguna Gojek untuk mengurangi aktifitas di luar rumah saat tidak ada keperluan yang mendesak atau penting dan #kasihlebihn yaitu memberikan uang tips kepada *driver* yang diharapkan dapat membantu penghasilan *driver* di masa sulit saat pandemic COVID-19. Hal tersebut dilakukan Gojek demi keamanan dan memutus rantai penyebaran virus Corona yang terjadi di Indonesia. Namun, tentu hal tersebut memiliki dampak tersendiri kepada konsumen dan juga driver gojek. Dampak positif yang dirasakan oleh konsumen seperti dukungan untuk melakukan *physical distancing* dengan meniadakan layanan Go-Ride, fitur pesan otomatis kepada *driver* agar menyimpan makanan atau barang pada

**Fitur Aplikasi Gojek Favorit Konsumen
Pada Saat Pandemi COVID-19 Di Kota Bandung - Novianti Eka Kartika**

pagar agar tidak terjadi kontak secara langsung hingga dukungan konsumen terhadap promo-promo yang dilakukan oleh pihak gojek selama pandemik. Namun, dampak negatif yang dirasakan seperti sulitnya untuk menggunakan kendaraan umum motor (kendaraan roda dua) atau Go-Ride oleh pekerja kantoran atau mahasiswa yang tidak memiliki kendaraan dan hanya mengandalkan layanan tersebut. Dan dampak negatif yang dirasakan oleh para *driver* karena pendapatan yang kian hari semakin berkurang karena sepi orderan dari konsumen akibat pandemik virus COVID-19.

Peneliti melakukan wawancara kepada beberapa narasumber di kota Bandung dari beberapa perwakilan kecamatan. Wawancara yang dilakukan secara *online* kepada tiga narasumber yang termasuk dalam kriteria merupakan konsumen Gojek yang rutin menggunakan aplikasi Gojek selama pandemik COVID-19. Untuk mengetahui fitur dan layanan apa saja yang sering digunakan konsumen Gojek pada saat pandemik COVID-19. Teknik pemilihan narasumber dengan menggunakan teknik *purposive sampling* dimana peneliti menentukan pengambilan sampel dengan cara

menetapkan ciri-ciri khusus yang sesuai dengan tujuan penelitian sehingga diharapkan dapat menjawab permasalahan penelitian. Dari wawancara online yang dilakukan peneliti kepada narasumber, maka peneliti mendapatkan hasil sebagai berikut :

Informan 1 bernama Nadia Apriliani Hamidah, berusia 20 tahun sebagai mahasiswa yang bertempat tinggal di kecamatan Batununggal kota Bandung, berpendapat bahwa kebijakan pada fitur layanan Gojek dengan meniadakan layanan Go-Ride setidaknya dapat mencegah penularan virus COVID-19 lewat kontak fisik dengan driver. Tetapi, dengan adanya layanan Go-Food, Go-Send, Go-Shop, dan Go-Med tetap memudahkan informan untuk melakukan pembelian makanan/barang tanpa harus keluar rumah. Layanan Go-Food adalah layanan yang paling sering digunakan oleh Informan. Menurut Informan, perubahan pengalaman yang dirasakan saat menggunakan Gojek pada saat pandemik yaitu terdapat banyak promo yang dikeluarkan oleh Gojek, sehingga dapat menghemat biaya pembelian makanan yang dilakukan informan.

Informan 2 bernama Bobby Gunawan, berusia 22 tahun sebagai karyawan swasta bertempat tinggal di kecamatan Bandung Kulon kota Bandung, berpendapat bahwa kebijakan Gojek yang meminta penggunaanya dalam pembayaran *cashless* atau *gopay* dirasa dapat mengurangi kontak fisik dengan *driver* dalam pembelian makanan atau barang. Namun menurut informan, dengan meniadakan layanan Go-Ride dapat memperburuk penghasilan *driver* Gojek karena disaat pandemik orang jarang membeli makanan atau barang menggunakan layanan Gojek. Informan lebih sering menggunakan layanan Go-Food karena untuk dapat menikmati makanan yang diinginkan tanpa harus keluar rumah dan tetap melakukan *physical distancing* sesuai anjuran pemerintah. Lalu, layanan kedua setelah Go-Food yang lebih sering dipakai ada Go-Send. Informan memiliki usaha dibidang kuliner atau makanan *home made* dan melakukan pengantaran makanan menggunakan jasa Go-Send yang menurut informan lebih mudah, cepat dan praktis.

Informan 3 bernama Revina Victoria berusia 22 tahun sebagai mahasiswa bertempat tinggal di

kecamatan Buah Batu kota Bandung, berpendapat bahwa dengan dihilangkannya Go-Ride dalam layanan gojek tentu dapat meningkatkan tindakan *social distancing* dan mengurangi padatnya kendaraan di jalan selama masa pandemik. Layanan yang sering digunakan informan pada saat pandemik yaitu Go-Food karena merasa jenuh selama melakukan quarantine dan dengan masakan yang itu-itu saja membuat informan lebih sering menggunakan layanan Go-Food untuk pemesanan makanan. Layanan kedua yang sering digunakan yaitu Go-Send karena memudahkan informan untuk mengirimkan makanan dan barang kepada teman atau saudara karena dianggap praktis meskipun mengeluarkan biaya yang sedikit mahal. Pengalaman yang berbeda yang dirasakan informan ketika menggunakan layanan Gojek selama pandemik yaitu informan lebih sering mencuci tangan atau menjaga kebersihan apabila melakukan pembayaran *cash* kepada *driver*.

Informan 4 bernama Pramana Putra berusia 22 tahun sebagai mahasiswa bertempat tinggal di kecamatan Cibeunying kota Bandung, berpendapat bahwa upaya Gojek demi memutus

**Fitur Aplikasi Gojek Favorit Konsumen
Pada Saat Pandemi COVID-19 Di Kota Bandung - Novianti Eka Kartika**

rantai penyebaran virus COVID-19 yaitu dengan menciptakan fitur baru yang dibuat oleh gojek pada pesan otomatis untuk menyimpan makanan atau barang pada pagar dan mekakukan pembayaran dengan *gopay* atau *cashless* dirasa sangat membantu para konsumen untuk selalu *safety* dan menjaga kontak fisik dengan *driver*. Pada saat pandemik COVID-19, informan lebih sering menggunakan layanan Go-Food sebagai layanan pesan antar makanan. Selain menghindari kontak fisik dengan orang-orang ketika berada diluar rumah juga dapat menghemat waktu dan tenaga. Layanan kedua yang digunakan selain Go-Food adalah layanan Go-Send yaitu layanan antar barang. Menurut informan, layanan Go-Send dirasa memudahkan dalam pengiriman barang kepada orang yang dituju dan menghemat waktu serta praktis tanpa harus keluar rumah. Informan mengharapkan Gojek dapat memberikan dan mengembangkan edukasi yang jelas dan mudah kepada para konsumen Gojek terkait fitur-fitur terbarunya pada saat pandemik Covid-19.

Informan 5 bernama Harry Fachrozy berusia 22 tahun sebagai mahasiswa bertempat tinggal di kecamatan Coblong kota Bandung.

Dengan mengetahui adanya perbedaan pada fitur atau layanan Gojek selama pandemik, hal tersebut memiliki hal positif tersendiri yang dirasakan oleh informan. Menyesuaikan dengan peraturan pemerintah untuk melakukan social distancing atau physical distancing dan langkah yang baik untuk memutus rantai penyebaran virus Covid-19 tanpa harus memberhentikan para pekerjanya (driver) meskipun tetap memiliki dampak negatif tersendiri kepada para driver. Go-Food adalah layanan Gojek yang rutin digunakan oleh informan dalam pesan antar makanan dan layanan kedua yang rutin digunakan informan adalah Go-Send untuk pengiriman barang kepada orang yang dituju. Adanya perubahan pengalaman yang dirasakan sebelum pandemik Covid-19 hingga terjadinya pandemik Covid-19 saat menggunakan jasa pada layanan Gojek yaitu lebih berhati-hati dan menjaga kebersihan mulai dari mencuci tangan setelah melakukan kontak dengan driver hingga menjaga jarak kepada driver ketika terpaksa harus melakukan kontak secara langsung.

Informan 6 bernama Gemayel Flamirion berusia 33 tahun sebagai dosen bertempat tinggal di kecamatan

Ujung Berung kota Bandung. Menurut informan, Gojek sudah berusaha sebaik mungkin untuk mengeluarkan kebijakan yang adaptif dengan setting bisnis di masa pandemik. Beberapa fitur yang sangat membantu, seperti cashless payment atau pembayaran menggunakan gopay, penggunaan disinfektant pada layanan Go-Clean yang membantu dalam kebersihan rumah namun tetap melakukan physical distancing. Layanan pertama menurut informan yang sangat membantu adalah layanan Go-Food sebagai layanan pesan antar makanan, layanan kedua adalah layanan Go-Car sebagai layanan taksi *online* atau pengantaran penumpang dan layanan Go-Clean sebagai layanan dengan jasa untuk membersihkan rumah. Layanan-layanan tersebut menjadi pilihan yang penting bagi konsumen sebab layanan sebagai *survival tools* yang memudahkan segala kebutuhan di masa pandemik COVID-19. Perbedaan pengalaman yang dirasakan informan tentu berbeda, informan tidak segan untuk mengingatkan kepada mitra gojek atau *driver* untuk selalu melaksanakan protokol kesehatan yang wajib dilakukan agar tetap menjaga kebersihan dari virus maupun bakteri.

PEMBAHASAN

Fitur atau layanan favorit konsumen.

Pertama, Go-Food. Menurut hasil wawancara yang dilakukan, layanan pesan antar makanan ini menjadi pilihan pertama yang paling dominan digunakan oleh narasumber atau konsumen Gojek selama pandemik virus COVID-19. Hal tersebut disebabkan oleh berbagai macam alasan yang dirasakan oleh konsumen. Mulai dari promo yang dikeluarkan oleh aplikasi Gojek dalam pemesanan makanan yang membuat harga makanan dengan jasa pengantaran yang lebih murah dibanding membeli langsung, membuat konsumen merasa lebih hemat, cepat, praktis tanpa harus mengeluarkan tenaga dan waktu lebih ketika memesan makanan dengan mendatangi langsung ke penjual. Lalu, hal kedua mengapa Go-Food menjadi pilihan utama di saat pandemik COVID-19 karena banyak dari konsumen atau mahasiswa perantauan yang merasa sangat terbantu dengan adanya layanan Go-Food demi memenuhi kebutuhan makan sehari-hari dengan fasilitas masak yang tidak memadai sehingga mewajibkan mereka untuk membeli makanan yang siap saji tanpa harus keluar rumah. Layanan Go-Food bermitra dengan jutaan penjual makanan

di seluruh Indonesia, sehingga membuat pilihan yang inovatif dan tepat di saat konsumen ingin menentukan makanan apa yang akan dipilih. Tentu saja memudahkan para konsumen untuk membeli makanan di mana pun mereka berada, dalam kota dan luar kota. Layanan Gojek juga membantu para pedagang makanan lokal untuk menambah penghasilan dari makanan yang dijual hanya dengan bermitra pada aplikasi Go-Food menggunakan *smartphone* yang mudah dan praktis.

Kedua, **Go-Send**. Fitur atau layanan kedua setelah Go-Food yang menjadi andalan para konsumen Gojek yaitu layanan Go-Send. Layanan ini adalah layanan pengiriman atau pengantaran paket berskala kecil. Dengan pemesanan yang mudah dan praktis tanpa harus keluar rumah untuk mengantarkan barang kepada orang yang dituju (keluarga, teman, atau rekan bisnis). Layanan Go-Send lebih sering digunakan oleh narasumber atau konsumen yang memiliki bisnis. Bisnis kuliner, bisnis *online* dan bisnis lainnya yang mengharuskan narasumber untuk melakukan pengiriman barang kepada pembeli sesama kota atau daerah. Hal tersebut mengapa layanan Go-Send menjadi pilihan kedua yang dominan

digunakan saat pandemik COVID-19 karena dirasa dapat menghemat waktu dan tenaga juga tetap menjaga keamanan diri tanpa harus keluar rumah di saat musim virus Corona sesuai dengan protokol yang dianjurkan pemerintah.

Ketiga, **Go-Car**. Setelah layanan Go-Send yang menjadi pilihan kedua para narasumber, layanan Go-Car adalah pilihan selanjutnya yang digunakan konsumen pada saat pandemik COVID-19. Dengan kebijakan untuk menghapus sementara layanan Go-Ride atau layanan antar penumpang menggunakan kendaraan roda dua, Gojek tetap dapat melakukan layanan antar penumpang dengan layanan Go-Car atau taksi *online* kendaraan roda empat. Dalam kebijakan aplikasi Gojek yang menghapus layanan Go-Ride sementara disebabkan penggunaan kendaraan roda dua, *driver* yang berboncengan dengan konsumen dianggap riskan akan terjadinya penularan virus COVID-19 secara cepat. Maka dari itu, layanan Go-Car menjadi pilihan yang tepat sebagai layanan antar penumpang. Menyesuaikan dengan instruksi yang diwajibkan saat menumpang taksi *online* atau Go-Car dengan memakai masker pada saat perjalanan, penumpang wajib duduk di *seat* belakang *driver* untuk menjaga

physical distancing dan instruksi untuk tidak sering melakukan komunikasi antara *driver* dan penumpang. Namun, kekurangan dari layanan Go-Car dibanding Go-Ride yaitu dari segi biaya yang lebih mahal dan penggunaan Go-Car atau kendaraan roda dua yang lebih memakan waktu dibanding kendaraan roda dua, apalagi jika lalu lintas sedang macet. Maka, Go-Car bukan menjadi pilihan yang tepat disaat konsumen menginginkan waktu yang cepat dan efektif untuk pergi ke suatu tempat.

Ke-empat, **Go-Clean**. Layanan Go-Clean adalah layanan penyedia jasa bersih-bersih rumah profesional oleh mitra Gojek. Layanan ini dipilih oleh narasumber setelah layanan Go-Food, Go-Send dan Go-Car. Konsumen yang memiliki jam padat dan sibuk sehingga tidak memiliki waktu luang untuk membersihkan rumah, maka layanan ini adalah layanan yang tepat bagi penggunaannya. Pengerjaan layanan dengan *talent* profesional yang dipilih oleh Gojek adalah mereka yang telah memiliki pengalaman minimal 1 tahun di bidang jasa layanan kebersihan dan juga sudah melewati proses seleksi yang ketat. Beberapa aktivitas kebersihan yang akan dilakukan oleh talent dari Go-Clean dengan profesional ini sendiri

adalah seperti menyapu lantai, mengepel lantai, membersihkan kamar mandi, membersihkan debu-debu di sudut-sudut rumah dan lain sebagainya. Layanan Go-Clean biasa digunakan saat hari raya idul fitri atau hari raya lainnya, ketika asisten rumah tangga yang pulang mudik sehingga pemilik rumah memerlukan jasa membersihkan rumah di saat hari raya tiba. Namun, layanan ini diberhentikan sejak 27 Juli 2020 karena kebijakan yang dibuat oleh perusahaan Gojek untuk tidak melakukan komunikasi dan kontak fisik dengan orang asing pada saat pandemik COVID-19.

Perubahan sikap dan pengalaman yang dirasakan narasumber atau konsumen Gojek.

Berbagai macam perubahan dari bentuk sikap dan pengalaman yang dirasakan oleh narasumber pada saat menggunakan aplikasi Gojek di saat pandemik COVID-19. Hal tersebut disebabkan adanya kebijakan-kebijakan baru pada aplikasi Gojek. Mulai dari menjaga *physical distancing* antara pengguna dan *driver*. Narasumber melakukan pembayaran *cashless payment* atau gopay pada saat transaksi, seperti transaksi Go-Food, Go-Send, Go-Car dan layanan lainnya.

Narasumber menggunakan fitur pesan *chat* otomatis pada saat pemesanan makanan agar *driver* menyimpan makanan pada pagar rumah. Narasumber mencuci tangan dan menjaga kebersihan setelah melakukan transaksi atau komunikasi dengan *driver* dan tetap menjaga jarak, barang atau makanan yang diterima dibersihkan kembali oleh narasumber demi keamanan kebersihan dari virus atau bakteri. Seperti yang dikatakan oleh informan ketiga “Sebelum pandemi ini ada, biasanya saya tidak terlalu waspada melakukan kontak fisik secara langsung dengan *driver* Gojeknya, tapi karena adanya pandemi saya jadi lebih khawatir. Setelah menerima makanan saya langsung mencuci tangan dan membersihkan makanan yang saya terima“.

Berbeda dengan pengalaman atau sikap informan pertama yang merasa senang dan terbantu karena banyaknya promo yang diberikan oleh pihak Gojek pada layanan Go-Food, “adanya pandemi COVID-19, Gojek lebih sering memberikan promo harga makanan jadi lebih murah” makanan yang dipesan lebih murah dan hemat dibanding dengan membeli langsung ke penjual. Pengalaman yang berbeda yang

dirasakan saat layanan Go-Ride dihapuskan sementara, sehingga narasumber menggunakan layanan Go-Car dengan prosedur-prosedur yang ditentukan seperti menggunakan masker saat perjalanan, duduk pada *seat* belakang *driver*, tidak banyak melakukan komunikasi antara *driver* dan penumpang. Hal ini tentu tidak dilakukan pada saat sebelum pandemik Covid-19 datang. Selain itu, biaya yang lebih mahal dibanding layanan Go-Ride dan kecepatan perjalanan yang dirasakan tentu berbeda dari layanan Go-Ride di saat kemacetan lalu lintas. Narasumber juga menemukan pengalaman baru dari layanan yang diberikan pada saat kegiatan Go-Clean atau membersihkan rumah, yaitu penggunaan *disinfectant* yang dilakukan oleh *talent* Go-Clean. Hal ini dilakukan demi membasmi virus dan bakteri yang ada dirumah.

Perubahan sikap dan komunikasi yang dialami para informan tersebut merupakan bentuk dari kebijakan yang dilakukan oleh pihak Gojek (komunikator) dalam penyampaian pesannya kepada konsumen (komunikan). Menurut Aiken dalam Rahmadani (2009:11), sikap sebagai predisposisi atau kecenderungan yang

dipelajari dari seorang individu untuk merespon secara positif atau negatif dengan intensitas yang moderat atau memadai terhadap objek, situasi, konsep atau orang lain (Alimuddin et al., 2014). Menurut Olson dan Zanna Persuasi di definisikan sebagai perubahan sikap akibat paparan informasi dari orang lain. Kemudian ada yang mendefinisikan Persuasi adalah kegiatan psikologis dalam usaha mempengaruhi sikap, sifat, pendapat dan perilaku seseorang atau orang banyak, mempengaruhi sikap, sifat, pendapat dan perilaku (Nisful, 2017).

Dampak positif dan negatif yang dirasakan oleh narasumber dan mitra Gojek.

Kebijakan Gojek yang dilakukan pasti memiliki dampak tersendiri bagi para pengguna aplikasi maupun mitra Gojek. Dampak positif hingga negatif yang dirasakan kedua belah pihak dengan adanya perubahan kebijakan tersebut. Berikut dampak positif dan negatif bagi para konsumen dan mitra Gojek.

Dampak positif bagi pengguna aplikasi / konsumen / narasumber. Pertama, berbagai macam promo yang diberikan oleh aplikasi Gojek pada layanan-layanan Gojek sangat

menguntungkan para pengguna selain menghemat waktu dan tenaga juga harga yang ditawarkan jauh lebih terjangkau sehingga dapat menghemat pengeluaran konsumen.

Kedua, edukasi dari fitur dan layanan pada aplikasi Gojek seperti dukungan #dirumahsaja untuk menghimbau para pengguna agar berdiam diri di rumah apabila tidak ada kegiatan penting di luar sana. Fitur *chat* pesan otomatis untuk menyimpan makanan / barang pada pagar.

Kemudahan mendapatkan berbagai macam kebutuhan meskipun berada di rumah di saat pandemik COVID-19. Seperti layanan pesan antar makanan Go-Food, layanan pembelian belanjaan Go-Mart, layanan pembelian obat-obatan Go-Med, layanan pengiriman barang atau paket berskala kecil Go-Send dan layanan-layanan lainnya yang memudahkan para pengguna Gojek demi memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Bagi *driver* / mitra Gojek, lowongan kerja bagi masyarakat luas. Gojek menjadi solusi bagi para pencari ker yang memiliki kendaraan. Mereka dapat bekerja sama dan menjadi mitra perusahaan Gojek.

Berikutnya adalah menjaga jarak atau *physical distancing* dengan

menghapus sementara layanan Go-Ride pada saat pandemik COVID-19 sehingga *driver* terhindar dari kontak secara langsung dengan masyarakat lain atau penumpang Go-Ride.

Dampak negatif bagi pengguna aplikasi / konsumen / narasumber antara lain penghapusan sementara layanan Go-Ride menimbulkan kesulitan bagi para pengguna layanan tersebut, penggunaan layanan Go-Car dengan biaya yang lebih mahal dan kurang efektif apabila diperlukan saat waktu mendesak. Dan mudah terjebak macet di lalu lintas. Selain itu, menimbulkan rasa khawatir ketika melakukan pembelian makanan atau barang pada saat pandemik COVID-19.

Bagi *driver* /mitra Gojek, dampak negatifnya antara lain sulitnya mendapatkan penghasilan di saat pandemik COVID-19, karena banyak para pengguna Gojek yang khawatir melakukan pembelian barang atau makanan. Selain itu, semakin sulit mendapatkan *order* dari konsumen karena penghapusan sementara layanan Go-Ride, dan resiko tinggi terpapar virus COVID-19.

SIMPULAN

Sebelum pandemi yang terjadi di Indonesia, Gojek sebagai layanan ojek *online* dengan layanan yang fleksibel, mudah dan praktis dapat mengantarkan siapapun mulai dari pelajar sekolah, mahasiswa, hingga pekerja kantoran. Layanan Go-Ride menjadi layanan utama yang digunakan oleh konsumen Gojek. Namun, ketika adanya kebijakan baru yang diciptakan pihak Gojek demi menjalankan peraturan pemerintah dan memutus rantai penyebaran virus COVID-19, hal tersebut membuat banyak perubahan dan pengalaman yang dirasakan oleh konsumen maupun *driver*.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa fitur atau layanan Gojek yang menjadi favorit konsumen pada saat pandemi COVID-19 yaitu layanan Go-Food dan Go-Send. Layanan tersebut menjadi pilihan yang sering digunakan para konsumen Gojek pada saat pandemi karena dirasa lebih memudahkan apa yang dibutuhkan para konsumen pada saat melakukan *social distancing*.

DAFTAR PUSTAKA

Kamim, A. B. M., & Khandiq, M. R. (2019). Gojek dan Kerja Digital : Kerentanan dan Ilusi Kesejahteraan yang Dialami Oleh Mitra

- Pengemudi Dalam Kerja Berbasis Platform Digital. *Jurnal Studi Pemuda* Volume 8 Nomor 1 tahun 2009. *Jurnal Studi Pemuda*, 8(1), 59–73.
- Azizah, A., & Adawia, P. R. (2018). Strategi Pemasaran. *Analisis Perkembangan Industri Transportasi Online Di Era Inovasi Disruptif (Studi Kasus PT Gojek Indonesia)*, 18(2), 149–156.
- Buana, R. D. (2017). Analisis Perilaku Masyarakat Indonesia dalam Menghadapi Pandemi Covid-19 dan Kiat Menjaga Kesejahteraan Jiwa. *Sosial Dan Budaya, Fakultas Syariah Dan Hukum Universitas Islam Negeri (UIN) Syarif Hidayatullah Jakarta*, 53(9), 1689–1699.
- Junior, M. S. (2017). Fungsionalitas Konflik Gojek: Studi Fenomenologi terhadap Konflik Pengemudi Gojek di Kota Kediri. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 6(1), 16–32.
- Beniac, D. R., Andonov, A., Grudeski, E., & Booth, T. F. (2006). Architecture of the SARS coronavirus prefusion spike. *Nature Structural and Molecular Biology*, 13(8), 751–752.
- Indriya, I. (2020). Konsep Tafakkur Dalam Alquran Dalam Menyikapi Coronavirus Covid-19. *SALAM: Jurnal Sosial Dan Budaya Syar-I*, 7(3).
- Tumuwe, R., Damis, M., & Mulianti, T. (2018). Pengguna ojek online di kalangan mahasiswa Universitas Sam Ratulangi Manado. *Jurnal Holistik*, 21, 16.
- Anjani, S. (1393). *TRANSPORTASI BERBASIS APLIKASI ONLINE: GO-JEK SEBAGAI SARANA TRANSPORTASI MASYARAKAT KOTA SURABAYA*. 0713114330, 93.
- Alimuddin, A. B., Sadjad, R. S., & Najib, M. (2014). Ajang Gaul Melalui Media Sosial Facebook the Attitude and Behavior of Girl Adolescent in Social Media Facebook. *Komunikasi KAREBA*, 3(4), 218–225.
- Salim, B., & Ihalauw, J. J. O. I. (2017). Transformasi Model Bisnis Go-Jek Untuk Keunggulan-Kompetitif Dalam Perkembangan Ekonomi-Berbagi Dari Sudut Pandang Pelanggan. *Journal of Business & Applied Management*, 10(02), 106–123.
- Nisful, L. Z. (2017). Strategi Komunikasi Persuasif Dalam Meningkatkan Motivasi Belajar Siswa. *Jurnal Nomosleca*, 3(2), 595–604.
- Tutuko, P., David, R., & Sonalitha, E. (2016). Transformasi Ojek Tradisional ke Ojek Online. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 76–79.
- Program, D., Manajemen, S., Ekonomi, F., Nahdlatul, U., Kalimantan, U., Ra, K. K., Konsumen, K., & Pelayanan, K. (n.d.). *ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN GOJEK DI KABUPATEN KUBU RAYA*.
- Wiradharma, I. C. G. A. G., & Program. (2018). *Pengalaman Konsumen Terhadap Layanan Gojek Di Kota Jakarta: Studi Kualitatif Deskriptif*. VI, 70–80.
- Hosana, K. (2018). Kualitas Layanan Go-Jek di Surabaya. *Agora*, 6(2), 287211.