

BAB IV

PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Paparan Data

1. Profil Objek Penelitian

a. Sejarah Go-Jek

Go-Jek merupakan karya anak bangsa yang berdiri pada tahun 2010 di Jakarta. Perusahaan ini kali pertama lahir dengan niat baik untuk memberikan solusi memudahkan kehidupan sehari-hari di tengah kemacetan perkotaan. Kala itu seorang pemuda kreatif Nadiem Makarim mempunyai pemikiran untuk membuat bisnis transportasi ojek dikarenakan ia sering menggunakan jasa ojek. Karena kebiasaannya tersebut, Nadiem Makarim menemukan ide untuk dapat menciptakan sarana agar jasa transportasi ojek lebih efektif dan efisien. Perusahaan ini bekerja dengan menghubungkan ojek dengan penumpang ojek, dimana sebelumnya tukang ojek lebih banyak menghabiskan waktu di pangkalan menunggu penumpang.

Awal peluncurannya, Go-Jek hanya melayani lewat *call center* saja dan hanya melayani pemesanan ojek di wilayah Jakarta saja. Tetapi pada tahun 2015 Go-Jek mulai berkembang dan membuat aplikasi Go-Jek dengan sistem yang tertata rapi. Dengan aplikasi ini, pengguna ojek dapat dengan mudah memesan

ojek secara *online*, membayar secara kredit dan mengetahui keberadaan driver yang akan menjemput para pemesan.¹

Awal pendiriannya, aplikasi Go-Jek melayani hanya 4 jenis layanan antara lain: layanan jasa kurir, jasa transportasi, jasa delivery makanan dan jasa belanja dengan nominal dibawah satu juta rupiah. Namun kini aplikasi Go-Jek terus berkembang dengan meluncurkan inovasi-inovasi baru dengan produk layanan jasa yang lain,. hingga saat ini sudah ada enam belas layanan jasa yang dapat dipesan melalui aplikasi Go-Jek, diantaranya: Go-Ride, Go-Car, Go-Food, Go Mart, Go-Send, Go-Box, Go-Tix, Go-Med, Go-Massage, Go-Clean, Go-Auto, Go-Glam, Go-Bills, Go-Pulsa, Go-Pay dan Go-Point. Selain itu Aplikasi Go-Jek juga dilengkapi dengan fasilitas Go-Pay, Go-Bills, Go-Point, dan Go-Pulsa.²

Narasumber pertama yaitu bapak Muis selaku karyawan Go-Jek Pamekasan menyatakan bahwa:

“ Go-Jek di Pamekasan saat ini telah berkembang dengan sangat pesat, Go-Jek hadir di kota Pamekasan pada Seember 2017, pada awal pendiriannya Go-Jek menyewa tempat di Jl. Kemuning, Go-Jek di Pamekasan berkembang sangat pesat hingga pada tahun 2018 kantor Go-Jek berpindah tempat di Jl. Kabupaten No. 97, dan pada tahun 2019 Go-Jek berpindah tempat di Perumahan Graha Kencana Blok PP-04 hal ini ditentukan oleh target pencapaian Go-Jek per tahun”.³

Dilanjutkan dengan pernyataan bapak Sugeng selaku karyawan yang merupakan narasumber kedua dari Go-Jek Pamekasan, menyatakan:

“ Go-Jek di Pamekasan seiring dengan perkembangannya saat ini juga merupakan lembaga cabang pusat yang membawahi 3 Kabupaten lainnya di Madura diantaranya Kabupaten Sumenep, Bangkalan dan Sampang”.⁴

¹ <https://www.Go-Jek.com/about/> Diakses Tanggal 2 Februari 2020 Pukul 08:08.

² Ibid.

³ Muis, Pengurus Go-Jek Pamekasan,Wawancara Langsung, (11 Februari 2020).

⁴ Sugeng, Karyawan Go-Jek Pamekasan,Wawancara Langsung, (11 Februari 2020).

Go-Jek dapat dipesan melalui Go-Jek App yang bisa diunduh melalui *Play Store* maupun *App Store*, aplikasi Go-Jek telah diunduh lebih dari 50.000.000 kali di *Play Store* di sistem Android dan *App Store* di perangkat iOS, dengan rating 4,4 dari 5 bintang.⁵

b. Visi dan Misi Go-Jek

1) Visi⁶

Membantu memperbaiki struktur transportasi di Indonesia. Memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam melaksanakan pekerjaan sehari-hari, seperti pengiriman dokumen, belanja harian dengan menggunakan layanan fasilitas kurir serta turut mensejahterakan kehidupan tukang ojek di Indonesia ke depannya.

2) Misi⁷

Go-Jek merupakan perusahaan *startup* asli Indonesia dengan misi sosial. Go-Jek ingin meningkatkan kesejahteraan sosial dengan menciptakan efisiensi pasar. Untuk dapat mewujudkannya, Go-Jek memiliki misi:

- a) Menjadi acuan pelaksanaan kepatuhan dan tata kelola struktur transportasi yang baik dengan menggunakan kemajuan teknologi.
- b) Memberikan layanan prima dan solusi yang bernilai tambah kepada konsumen.
- c) Membuka lapangan kerja selebar-lebarnya bagi masyarakat Indonesia.

⁵ Google Play Store, Diakses Tanggal 8 Februari 2020 Pukul 10:00.

⁶ <https://www.Go-Jek.com/about/> Diakses Tanggal 2 Februari 2020 Pukul 08:08.

⁷ Ibid.

- d) Meningkatkan kepedulian dan tanggung jawab terhadap lingkungan dan sosial.
- e) Menjaga hubungan baik dengan berbagai pihak yang terkait dengan usaha ojek *online*

c. Tiga Pilar Go-Jek⁸

1) Kecepatan

Melayani dengan cepat, dan terus belajar dan berkembang dari pengalaman.

2) Inovasi

Terus mengembangkan dan menawarkan teknologi baru untuk mempermudah hidup Anda.

3) Dampak Sosial

Memberikan dampak positif sosial sebesar-besarnya untuk masyarakat Indonesia.

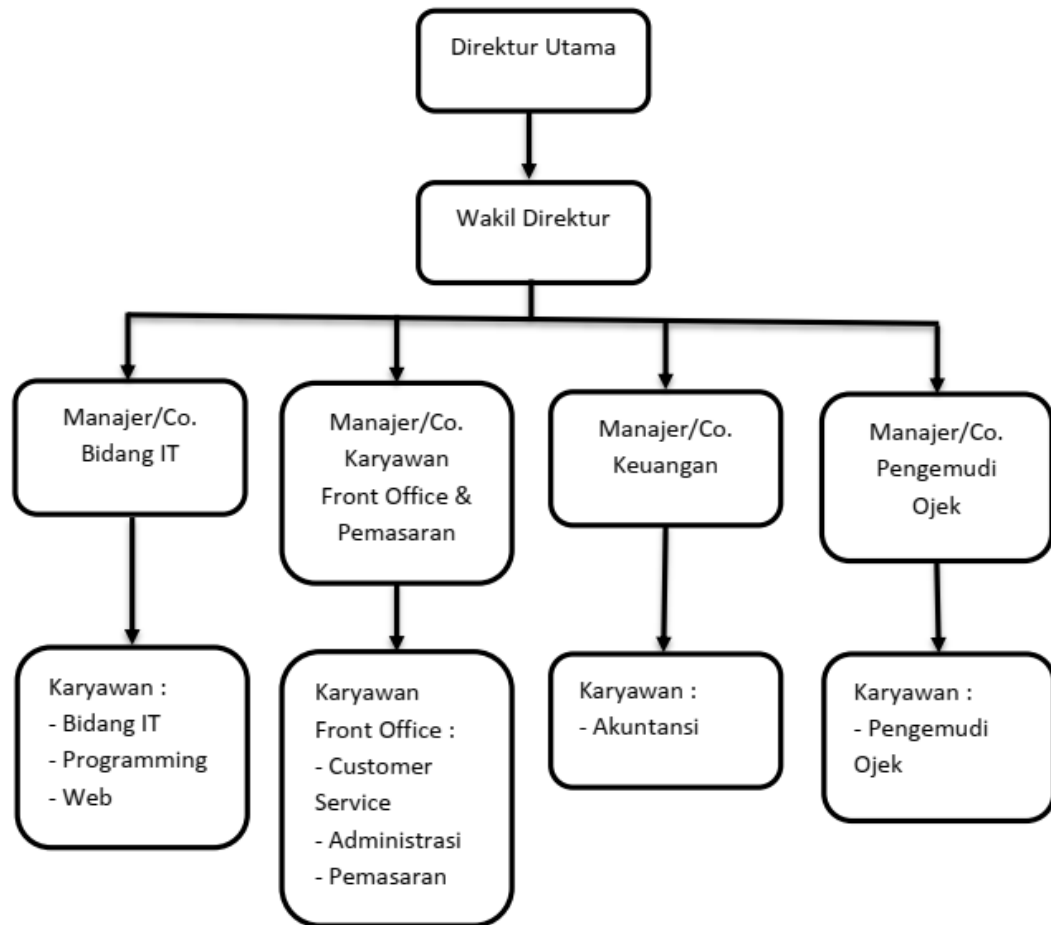
d. Struktur Organisasi Go-Jek⁹

Struktur organisasi yang digunakan oleh Go-Jek adalah struktur organisasi fungsional, yaitu pembagian tugas yang dibagi kedalam kelompok fungsional yang terpisah. Berikut ini akan digambarkan struktur organisasi Go-Jek.

⁸ Ibid.

⁹ <https://general3dent.wordpress.com/> Diakses Tanggal 10 Februari 2020 pukul 22:20.

Gambar: 4.1
Papan struktur organisasi Go-Jek tahun 2017.



Sumber: <https://general3dent.wordpress.com/>

2. Penyajian Data

Dalam penyajian data, peneliti akan mendeskripsikan atau menggambarkan data yang diperoleh dari hasil wawancara, dan dokumentasi yang ada. Hal ini bisa membantu keabsahan data atau kevaliditasan data yang disajikan.

a. *Speed, Surprises dan Sudden shift* pada *Segmentation* Go-Jek di Kabupaten Kota Pamekasan.

- 1) *Speed* pada Strategi *Segmentation*, inovasi yang ada dalam produk layanan Go-Jek.

Pemasaran pada hakikatnya adalah bentuk strategi untuk mengembangkan usaha dengan cara membujuk atau merayu konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan menciptakan sebuah inovasi. Dalam persaingan dunia usaha, agar dapat menarik perhatian konsumen pada produk kita salah satunya adalah dengan memberikan hal-hal yang menarik dan unik atau memberikan nilai tambah dalam setiap produk yang kita pasarkan. Dalam segmentasi pasar khususnya inovasi merupakan kunci dalam memenangkan persaingan usaha pada era saat ini. Sebagaimana yang oleh diungkapkan bapak Muis selaku pengurus Go-Jek di Pamekasan:

“Begini mas pada saat ini Go-Jek di Pamekasan juga beroperasi dengan menggunakan teknologi, kegunaanya untuk mempermudah dalam mempertemukan konsumen dengan penyedia jasa yaitu mitra driver Go-Jek, itupun bisa kita sebut dengan sebuah inovasi, dikarenakan didalam satu aplikasi Go-Jek terdapat berbagai macam layanan dan promosi yang menarik yang juga merupakan salah satu keunggulan dari aplikasi tersebut dalam hal menarik daya beli konsumen”.¹⁰

Seperti yang diutarakan oleh bapak Muis, bapak Sugeng selaku pengurus Go-Jek di Pamekasan juga memberikan penjelasan:

“Ya benar yang sudah dijelaskan oleh bapak Muis tadi bahwa Go-Jek akan selalu mengeluarkan inovasi inovasi baru terkait dengan pelayanan untuk inovasi pelayanan yang ada pada aplikasi Go-Jek itu ada sekitar 17 layanan namun pada area Pamekasan saat ini menjalankan 10-12 layanan”.¹¹

Mbak Hayati selaku konsumen Go-Jek memberikan tanggapan sebagai berikut:

“Dari segi inovasi, saya sangat tertarik dengan pelayanan yang ada di dalam aplikasi Go-Jek, yang menyediakan berbagai macam layanan dalam satu aplikasi sehingga dapat mempermudah saya dalam hal memesan makanan, yaitu dengan menggunakan layanan menu Go-Food di dalam aplikasi Go-Jek. Uniknya adalah saya tidak harus memilih atau membeli langsung ke kedai ataupun rumah makan yang akan saya pesan melainkan

¹⁰ Muis, Pengurus Go-Jek Pamekasan, Wawancara Langsung, (28 Maret 2020).

¹¹ Sugeng, Pengurus Go-Jek Pamekasan, Wawancara Langsung, (28 Maret 2020).

dengan menggunakan aplikasi Go-Jek tentu sudah disiapkan juga berbagai macam pilihan menu yang disajikan di kedai ataupun rumah makan tersebut dan driver Go-Jek nanti yang bertugas untuk mengantarkan pesanan tersebut kepada saya”.¹²

Hal ini juga diungkapkan oleh mbak Ayu yang merupakan konsumen Go-Jek di Pamekasan:

“Inovasi yang di keluarkan oleh Go-Jek yang membuat saya tertarik adalah penentuan biaya transportasi yang cukup terjangkau dan sudah ditetapkan di awal saat pemesanan, jadi saya tidak perlu mengira ngira lagi untuk biaya yang akan saya keluarkan”.¹³

Terkait dengan inovasi, Ach. Sadik selaku mitra driver memberikan pemaparan bahwa:

“Go-Jek memiliki Inovasi tersendiri selain kita sebagai driver dapat menjalankan beberapa layanan produk, kita juga dapat mengatur jam kerja kami sendiri. Jadi dalam hal ini sangat mempermudah saya dalam mengatur waktu bekerja sebagai driver Go-Jek dan sebagai peternak puyuh”.¹⁴

Dari pernyataan narasumber diatas, dapat disimpulkan bahwa dalam dunia industri terutama industri transportasi, terdapat hal-hal yang perlu produsen berikan untuk konsumen yaitu bukan hanya memberikan harga yang terjangkau tetapi juga inovasi pada produk dan juga kemudahan apa yang akan diberikan. Dari narasumber diatas juga menyampaikan beberapa inovasi yang ada pada aplikasi Go-Jek sehingga menciptakan nilai tambah sendiri bagi Go-Jek itu sendiri. Go-Jek juga memiliki inovasi yang menarik dari yang peneliti temukan, Go-Jek menawarkan berbagai jenis produk layanan jasa yang dapat di pesan melalui satu aplikasi di *play store*.

¹² Hayati, Konsumen Go-Jek Pamekasan, Wawancara Langsung, (19 Februari 2020).

¹³ Ayu, Konsumen Go-Jek Pamekasan, Wawancara lewat telepon, (28 Februari 2020).

¹⁴ Ach. Sadik, Mitra Driver Go-Jek Pamekasan, Wawancara Langsung, (15 Februari 2020).

2) *Surprises* pada *Segmentation*, perkembangan teknologi Go-Jek di Kabupaten Kota Pamekasan.

Persaingan pasar tidak lepas dari bagaimana sebuah perusahaan tersebut menciptakan nilai tambah bagi produknya yang di kembangkannya, ditambah munculnya perusahaan perusahaan baru yang mengunggulkan inovasi dan kemudahan dengan perkembangannya pun sangat dinamis sehingga melahirkan *disruptive innovation* yang menuntut adanya inovasi dan antisipasi dari para pelaku bisnis di berbagai sektor. Seperti yang dijelaskan oleh bapak Muis:

“Teknologi saat ini semakin berkembang dan dari tahun ke tahun semua bisnis juga mengalami perubahan seperti yang berawal dari ojek pangkalan biasa pada saat ini berubah menjadi ojek *online* hal ini dikarenakan perkembangan teknologi yang semakin canggih dan rata-rata semua orang pada saat ini juga dapat merasakan perkembangan teknologi yang berkembang. Maka dari itu Go-Jek membuka ruang bagi ojek tradisional atau masyarakat lainnya jika ingin bergabung dengan Go-Jek sebagai Mitra driver”¹⁵.

Dari penjelasan diatas, bapak Sugeng juga menjelaskan:

“Go-Jek hadir sebagai salah satu pelayanan jasa *online*, dalam aplikasi Go-Jek juga memiliki berbagai jenis layanan mulai dari antar jemput sebagai driver goride ataupun gochar juga dapat mempermudah dalam membelikan makanan ataupun mengantar barang dengan layanan gofood goshop gobox dan gosend dan lainnya sesuai dengan jenis pelayanan apa yang dibutuhkan oleh masyarakat. Go-Jek hadir dengan mengunggulkan sebuah inovasi baru dalam membuka peluang kerja bagi masyarakat Pamekasan untuk bergabung sebagai mitra”¹⁶.

Selaku mitra driver ibu Meri juga memberikan penjelasan:

“Go-Jek itukan dikenal untuk mendapatkan layanan moda transportasi dengan mudah dan tidak ribet kan mas. Tentunya Go-Jek harus memberikan sebuah inovasi dan promosi yang menarik. Go-Jek sendiri kan sering mengadakan promosi kepada pelanggan ataupun kepada kami sebagai mitra berdasarkan produk layanan yang telah di bedakan sebelumnya dan juga Go-Jek berkomitmen untuk memberikan produk

¹⁵ Muis, Pengurus Go-Jek Pamekasan, Wawancara Langsung, (11 Februari 2020).

¹⁶ Sugeng, Pengurus Go-Jek Pamekasan, Wawancara Langsung, (11 Februari 2020).

layanan yang terbaik bagi konsumen, maka jelas akan meningkatkan kesetiaan pada pelanggan. Karena dengan upaya tersebut akan tetap menjaga pelanggan setianya dan juga akan menambah konsumen setia baru”.¹⁷

Pernyataan dari informan diatas terdapat keselarasan, bahwa Go-Jek berinovasi dengan memberikan layanan yang berbeda dengan ojek tradisional. Tidak hanya jasa transportasi, Go-Jek juga berinovasi dengan menyediakan jasa lain, yaitu jasa mengantar makanan, jasa angkut barang menggunakan mobil, jasa berbelanja dan lainnya. Dengan adanya inovasi teknologi pada layanan jasa transportasi tersebut, pengguna dapat menikmati berbagai jenis layanan lain hanya dengan menggunakan aplikasi Go-Jek yang tersedia di *smartphone*. Teknologi tidak hanya dilihat sebagai alat yang memiliki fungsi tertentu, tetapi memiliki pengaruh besar bagi kehidupan sosial Go-Jek berinovasi dengan memberikan layanan yang berbeda dengan ojek tradisional.

- 3) *Sudden shift* pada *Segmentation*, ketertarikan masyarakat dengan adanya Go-Jek di Kabupaten Kota Pamekasan.

Transportasi *online* di Indonesia sudah meluas tidak dapat dipungkiri bahwa salah satu pencetusnya adalah Go-Jek sebagai layanan jasa transportasi berbasis *online*. Go-Jek menyebar keseluruh provinsi bahkan kota-kota di Indonesia. Selain itu berbagai kontribusi yang cenderung mengarah pada keuntungan yang dapat dilihat secara kasat mata, juga ada salah satu bentuk kontribusi sosial Go-Jek yang cukup menarik. Jika dilihat pada tahun sebelumnya tepatnya pada tahun 2015 kemunculan Go-Jek yang secara mengejutkan dapat dilihat sebagai sebuah bentuk sarana konflik untuk menciptakan perubahan sosial.

¹⁷ Meri, Mitra Driver Go-Jek Pamekasan, Wawancara Langsung, (2 Maret 2020).

Go-Jek di kota Pamekasan sendiri menjadi sebuah alternatif yang memberikan tawaran yang menggiurkan bagi masyarakat, sebagaimana yang telah dijelaskan oleh bapak Sugeng:

“Sejak Go-Jek pertama kali di pasarkan di kota Pamekasan tidak pernah terjadi konflik dari pihak manapun, bahkan kami selaku pengurus Go-Jek area Pamekasan membuka peluang sebesar-besarnya bagi siapapun yang ingin bergabung dengan Go-Jek, kami selaku pengurus Go-Jek mengelompokkan mitra driver kami di setiap titik kota yang berpotensi memiliki banyak peluang untuk menemukan konsumen terdekat. Kami selaku pengurus Go-Jek di Pamekasan juga sering mengingatkan kepada driver agar tidak mengambil orderan disekitar pangkalan ojek tradisional, agar tidak terjadi konflik antara driver Go-Jek dengan ojek pangkalan”.¹⁸

Sama halnya seperti pernyataan bapak Ach. Sadik yang menuturkan:

“Sejak Go-Jek hadir di Pamekasan menurut saya aman-aman saja, tidak ada konflik apapun. Justru saya sangat senang dengan kehadiran Go-Jek dikarenakan dengan adanya Go-Jek dapat membuka peluang kerja baru yang menurut saya sangat mudah dan dapat saya tekuni, disamping itu keluarga saya juga tidak mempermasalahkan pekerjaan menjadi driver Go-Jek justru keluarga saya selalu memberikan semangat pada saya dan juga mengingatkan untuk mencari nafkah yang bagus atau halal. Intinya ya selama pekerjaan sebagai driver Go-Jek itu positif, ya saya nikmati mas”.¹⁹

Selain pemaparan dari bapak Ach. Sadik sebagai narasumber sekaligus driver Go-Jek, bahwa hadirnya Go-Jek di Pamekasan dapat membuka lapangan pekerjaan baru, hal ini juga dirasakan oleh bapak Subhan yang merupakan driver Go-Jek:

“Permasalahan di Go-Jek menurut saya tidak ada, tapi kalau dari pengalaman teman saya itu ada yang hampir nerima order fiktif yaitu ada konsumen yang order atau minta dibelikan pulsa nah untungnya teman saya itu melapor pada pengurus Go-Jek jadi pengurus Go-Jek memberikan saran kepada teman saya untuk ketemuan dengan orang yang order tadi setelah di cek lokasi nomer hp yang order tersebut tidak aktif dan itu sudah jelas order fiktif untungnya teman saya tidak menerima orderan tersebut”.²⁰

¹⁸ Sugeng, Pengurus Go-Jek Pamekasan, Wawancara Langsung, (28 Maret 2020).

¹⁹ Ach. Sadik, Mitra Driver Go-Jek Pamekasan, Wawancara Langsung, (15 Februari 2020).

²⁰ Subhan, Mitra Driver Go-Jek Pamekasan, Wawancara Langsung, (2 Maret 2020).

Pada penjelasan diatas dapat diperoleh kesimpulan bahwa dampak yang dirasakan oleh masyarakat Pamekasan cenderung positif, dalam hal ini penyesuaian adalah kunci utama yang perlu dilakukan agar perubahan sosial dapat dikelola dengan baik di masyarakat dan tidak menimbulkan gejala konflik yang berlebihan. Para driver Go-Jek juga dapat memberikan dukungan dengan membangun hubungan yang baik dengan para driver ojek tradisional yang sudah lama menekuni jasa transportasi.

4) Penentuan Strategi *Segmentation* Go-Jek di Kabupaten Kota Pamekasan.

Setiap pelaku bisnis pasti menginginkan bisnisnya dapat berkembang pesat dan memberikan banyak keuntungan finansial. Untuk mencapai hal tersebut, maka diperlukan suatu strategi pemasaran yang tepat dan efektif, dengan menentukan segmentasi pasar yang merupakan pengelompokan beberapa konsumen yang akan menjadi target pasar.

Strategi Segmentasi Pasar merupakan cara atau langkah pertama yang harus di tetapkan oleh perusahaan sebelum dilakukannya proses pemasaran. Langkah ini digunakan sebagai persiapan dalam menghadapi permasalahan yang ada dan mencegah masalah-masalah yang akan datang. Seperti yang dipaparkan oleh bapak Muis:

“Pengelompokan pasar/segmentasi pasar Go-Jek di Pamekasan yaitu dengan membagi-bagi pasar kedalam beberapa bagian seperti memilih layanan apa yang sesuai untuk masyarakat Pamekasan dan menentukan segmen-segemen lainnya, kemudian kita fokus kesalah satu segmen untuk dijadikan sasaran pasar, setelah kita memilih segmen tersebut kita fokus untuk melayani konsumen dengan baik”.²¹

²¹ Ibid.

Hal ini juga disampaikan oleh bapak Sugeng yang merupakan salah satu pengurus Go-Jek di Pamekasan yang menjelaskan:

“Untuk mempermudah segmentasi pasar, kita membagi pasar kedalam beberapa jenis, karena di setiap segmentasi itu terdapat perbedaan antara masing-masing jenis pasar. Dengan dibagi-bagi seperti itu akan membantu kami untuk memasarkan layanan yang ada di aplikasi”.²²

Pencapaian keberhasilan dalam melakukan segmentasi pasar tersebut, perlu adanya pembagian potensi pasar menjadi bagian-bagian tertentu, bisa berdasarkan pembagian geografis ataupun juga berdasarkan gaya hidup (psikografis). Go-Jek mengelompokkan pasar kedalam beberapa jenis segmentasi yaitu:

a) Segmentasi Geografis

Yaitu pembagian pasar kedalam unit/satuan geografis yang berbeda seperti bangsa, negara, daerah, provinsi, dan kota. Perusahaan bisa memutuskan untuk beroperasi disatu atau beberapa bahkan disemua daerah geografis akan tetapi harus dapat menentukan pilihan terhadap variasi lokal dalam kebutuhan dan preferensi/pilihan geografis itu sendiri. Sesusai dengan pernyataan narasumber pertama bapak Muis selaku karyawan Go-Jek Pamekasan, menyatakan:

“Go-Jek beroperasi di beberapa kota di Indonesia. Di Kota Pamekasan sendiri Go-Jek Mulai beroperasi sejak tahun 2017, seiring dengan perkembangannya saat ini Go-Jek di Pamekasan juga merupakan lembaga cabang yang membawahi 3 Kabupaten lainnya di Madura diantaranya Kabupaten Bangkalan, Sampang, dan Sumenep”.²³

Dari pernyataan-pernyataan diatas dapat peneliti simpulkan bahwa untuk segmentasi geografis yang digunakan oleh Go-Jek digunakan untuk membagi kelompok mitra driver berdasarkan wilayahnya, dan produk-produknya diperuntukkan kepada semua kalangan. Go-Jek dalam segmentasi ini membagi

²² Sugeng, Pengurus Go-Jek Pamekasan, Wawancara Langsung, (11 Februari 2020).

²³ Muis, Pengurus Go-Jek Pamekasan, Wawancara Langsung, (11 Februari 2020).

pasar menjadi beberapa kelompok berdasarkan kondisi geografis (daerah). Mitra driver Go-Jek yang berada di beberapa wilayah tersebut dapat membantu Go-Jek dalam proses pemasarannya agar dengan mudah dikenal oleh masyarakat.

Seperti yang dipaparkan oleh narasumber ke dua bapak Muis menyatakan:

“Kalau pengelompokan konsumen tidak ada mas, kita lebih fokus kepada pengelompokan mitra driver saja yang tersebar di setiap wilayah di Kabupaten Kota Pamekasan, agar mudah dijangkau oleh konsumen. Tetapi untuk masalah promosinya itu sudah di tentukan oleh pusat, salah satu bentuk promosinya adalah dengan menggunakan iklan di media internet ataupun media televisi agar aplikasi ini mudah dikenal oleh masyarakat luas”.²⁴

Penjelasan di atas menunjukkan bahwa Go-Jek dalam menetapkan segmentasi berdasarkan geografis, dengan membagi atau mengelompokkan mitranya di setiap wilayah agar mudah dijangkau oleh konsumen. Hal ini selaras dengan yang di nyatakan oleh narasumber ketujuh bapak Subhan:

“Kami Go-Jek driver memiliki wilayah tersendiri, seperti saya yang berada di wilayah kemuning jadi jika ada permasalahan di Go-Jek saya bisa meminta bantuan pada ketua mitra driver saya. Dan kami driver Go-Jek juga mempunyai grup sosial media sendiri yang terhubung dengan karyawan Go-Jek. Hal ini dilakukan agar kami mudah melaporkan apabila ada hal yang tidak kami mengerti dan disamping itu agar kami juga dapat menjalin hubungan baik dengan pihak Go-Jek”.²⁵

Sama seperti pernyataan diatas, bapak Ach Sadik juga menuturkan:

“Setiap wilayah itu memiliki kelompok sendiri dan didalam setiap kelompok itu juga memiliki ketua kelompok yang sudah diikutkan pelatihan”.²⁶

Dari penjelasan diatas, dapat ditarik kesimpulan mengenai segmentasi yang dituju oleh Go-Jek adalah untuk semua kalangan, tidak ada pemfokusan kepada konsumen. Pengelompokan pada setiap segmen difokuskan terhadap

²⁴ Ibid.

²⁵ Subhan, Mitra Driver Go-Jek Pamekasan, Wawancara Langsung, (2 Maret 2020).

²⁶ Ach. Sadik, Mitra Driver Go-Jek Pamekasan, Wawancara Langsung, (15 Februari 2020).

mitranya agar lebih mudah dijangkau dan dikenal oleh masyarakat. Hal ini tentu menjadi sebuah peluang pasar yang sangat potensial bagi Go-Jek karena tidak ada pembatasan pada konsumen yang ingin menggunakan produk layanannya.

b) Segmentasi Psikografis

Segmentasi berikut ini merupakan pengelompokan pembeli yang dibagi menjadi beberapa kelompok berdasarkan sifat kepribadian maupun berdasarkan gaya hidup konsumen. Berdasarkan segmentasi psikografis, Go-Jek telah menyediakan beberapa produk berdasarkan gaya hidup konsumen yang dituju.

Seperti yang dipaparkan oleh bapak Sugeng menyatakan:

“Untuk segmentasi psikografis ini kami mengikuti berkembang zaman yaitu dengan tetap memperhatikan gaya hidup masyarakat, tidak hanya itu kita sudah menyiapkan berbagai macam produk sesuai dengan kebutuhan konsumen seperti membagi potensi pasar kedalam bagian-bagiannya agar layanan yang kita pasarkan dengan cepat dikenal oleh masyarakat”.²⁷

Dari pernyataan di atas dapat di simpulkan bahwa dalam strategi pemasaran segmentasi berdasarkan psikografis Go-Jek akan terus mengikuti perkembangan zaman dan membentuk potensi pasar kedalam bagian-bagian untuk mempermudah konsumen dalam mendapatkan layanan tersebut, seperti pemaparan ibu Meri yang merupakan driver Go-Jek, menyatakan:

“Saya hanya mengetahui Go-Jek itu hadir untuk mempermudah masyarakat. Seperti ibu-ibu yang tidak memiliki waktu luang untuk berbelanja ke pasar dalam aplikasi go-jek di sediakan layanan menu go-shop dan untuk pengelompokan produk dari mitra UKM yang dikumpulkan akan menjadi satu layanan di dalam satu aplikasi yang disebut dengan Go-Food dalam layanan ini konsumen dapat memilih layanan pesan-antar makanan sesuai dengan pesanan konsumen”.²⁸

²⁷ Sugeng, Pengurus Go-Jek Pamekasan, Wawancara Langsung, (11 Februari 2020).

²⁸ Meri, Mitra Driver Go-Jek Pamekasan, Wawancara Langsung, (2 Maret 2020).

Penjelasan di atas menunjukkan bahwa Go-Jek dalam segmentasi berdasarkan psikografis, menyediakan beberapa produk berdasarkan gaya hidup konsumen untuk mempermudah konsumen dalam memenuhi kebutuhannya. Go-Jek menyediakan beberapa produk khusus, diantaranya adalah. Go-Ride yang merupakan layanan transportasi sepeda motor yang dapat mengantar anda ke berbagai tempat dengan lebih mudah dan lebih cepat. Go-Car adalah layanan transportasi menggunakan mobil untuk mengantarkan Anda kemanapun dengan nyaman. Go-Food merupakan layanan pesan-antar makanan dengan beberapa daftar restoran. Go-Mart adalah layanan yang dapat digunakan untuk berbelanja ribuan jenis barang dari berbagai macam toko di area anda. Segmentasi ini dapat memberikan nilai lebih pada Go-Jek dalam memasarkan produknya.

b. *Speed, Surprises dan Sudden shift* pada *Targeting* Go-Jek di Kabupaten Kota Pamekasan.

- 1) *Speed* pada *Targeting*, keunggulan produk layanan Go-Jek di Kota Pamekasan.

Keunggulan produk yang di keluarkan oleh Go-Jek di Pamekasan selalu mengedepankan kualitas pelayanan pada produknya. Kualitas produk layanan pada Go-Jek di Kota Pamekasan mempunyai potensi usaha untuk bersaing dan berkembang. Apalagi produk layanan Go-Jek di Kota Pamekasan sudah banyak dikenal oleh masyarakat Pamekasan sebagai salah satu penyedia layanan jasa transportasi *online* dan semacamnya. Terkait dengan hal ini, bapak Sugeng mengungkapkan pernyataannya sebagai berikut:

“Semakin banyak keunggulan yang dapat kami berikan, akan semakin bernilai seperti halnya keunggulan dari segi keamanan pengguna Go-Jek, pada awal kemunculannya di Pamekasan masyarakat masih belum banyak yang mengetahui keamanan yang Go-Jek berikan. Dalam aplikasinya Go-Jek juga menampilkan informasi mengenai identitas pengendara Go-Jek, seperti foto, nama, dan nomor telepon. Identitas ini ditampilkan agar pengguna Go-Jek dapat mengetahui armada yang melayani pesannya. Bapak Sugeng juga menjelaskan bahwa nomor telepon pengendara yang disediakan berguna apabila pengguna ingin menghubungi pengendara Go-Jek tersebut baik melalui telepon, SMS ataupun lewat WA. Maka dari itu, kerjasama antara kami selaku pengurus dan mitra driver harus tetap dijaga. Kami selaku pengurus tentu juga ikut memantau kinerja mitra driver dan selalu memberikan saran dan pemahaman kepada mitra driver agar selalu memprioritaskan keselamatan dan kepercayaan konsumen”.²⁹

Terkait hal tersebut, juga diungkapkan oleh bapak Muis, yaitu:

“Di aplikasi Go-Jek itukan banyak jenis pelayanan yang dapat di pakai oleh pelanggan nah yang menjadi keunggulannya adalah konsumen tidak perlu repot repot lagi kalau hanya ingin mendapatkan moda transportasi yang diinginkan dan pelayanan untuk memesan makanan ataupun mengantarkan barang Go-Jek juga menyediakannya. Semakin banyak konsumen yang mengenal produk layanan yang ada pada aplikasi Go-Jek maka akan semakin memiliki keunggulan dalam bersaing. Begitu juga yang terjadi pada produk layanan Go-Jek, kami lebih memiliki keunggulan setelah banyak dari masyarakat yang paham bagaimana menggunakan aplikasi yang kami pasarkan. Dalam hal ini kami ingin lebih mempermudah masyarakat Pamekasan dalam menggunakan jasa transportasi. Tidak hanya itu, hingga pada saat ini jenis pelayanan yang banyak diminati oleh masyarakat Pamekasan selain Go-Ride yaitu pelayanan Go-Food/pelayanan jasa antar makanan”.³⁰

Kesimpulan yang penulis ambil dari pernyataan-pernyataan informan diatas adalah menciptakan keunggulan produk dalam setiap layanan yang dipasarkan akan dapat mempertahankan pertumbuhan perusahaan yang sudah dikenal oleh masyarakat Pamekasan. Tentunya dengan selalu memberikan kualitas keamanan, kenyamanan yang terjamin serta terus mengembangkan inovasi pada setiap produk layanan agar segmentasi yang telah ditetapkan akan terus berkelanjutan.

²⁹ Sugeng, Pengurus Go-Jek Pamekasan, Wawancara Langsung, (28 Maret 2020).

³⁰ Muis, Pengurus Go-Jek Pamekasan, Wawancara Langsung, (28 Maret 2020).

- 2) *Surprises* pada *Targeting*, keunikan yang Go-Jek tawarkan kepada konsumen.

Perusahaan perlu menyediakan suatu alasan mengapa konsumen dapat merasakan bahwa produk perusahaan lebih baik dari pada produk dari pesaing. Dalam hal ini perusahaan harus memiliki penawaran produk yang berbeda dibandingkan dengan pesaingnya, perusahaan yang memiliki produk dan program yang berbeda tentunya akan menciptakan sebuah keunikan, dimana perusahaan akan menyediakan produk terbaiknya yang dapat dibandingkan dengan produk dari pesaing. Seperti yang di paparkan oleh bapak Muis:

“Keunikan yang kami tawarkan kepada konsumen adalah mempermudah dalam memenuhi kebutuhan konsumen sehari-hari seperti memesan makanan, mengantar paket, pesan Go-Ride dan sebagainya. Jika kita membandingkan dari segi tarif atau biaya tentu Go-Jek lebih unggul dari pada ojek tradisional dimana tarif yang ditetapkan oleh Go-Jek sudah *fixed price*, penambahan harga tarif hanya terjadi saat *rush hour*. Tidak hanya sampai disitu Go-jek juga menciptakan keunikan dari metode pembayaran ada 3 metode pembayaran yang dapat konsumen pakai yang pertama dengan menggunakan uang *cash* kedua kita bisa menggunakan point yang didapat dari hasil transaksi Go-Pay, dan yang ketiga dengan menggunakan Go-Pay konsumen dapat membayar dengan saldo yang sudah terhubung dengan atm”.³¹

Dari segi keunikan bapak Subhan juga menjelaskan:

“Go-Jek adalah sebuah pekerjaan yang menurut saya adalah pekerjaan yang paling baik, keunikan yang Go-Jek berikan pada kami selaku driver yaitu jadwal kerja kami bisa diatur sendiri mau bekerja jam berapa, istirahat jam berapa, dan selesai jam berapa, itu bisa kami atur sendiri. Tidak hanya itu kesempatan untuk bergabung dengan Go-Jek pun bisa siapa saja dan kapan saja di Go-Jek kami tidak pandang siapa yang lulusan SD ataupun Sarjana karna di Go-Jek kita tidak memerlukan jenjang pendidikan untuk bergabung maka dari itu saya katakan bahwa Go-Jek merupakan Pekerjaan terbaik saat ini”.³²

³¹ Meri, Mitra Driver Go-Jek Pamekasan, Wawancara Langsung, (2 Maret 2020).

³² Subhan, Mitra Driver Go-Jek Pamekasan, Wawancara Langsung, (2 Maret 2020).

Selain bapak Subhan ibu Meri juga menyatakan:

“Pekerjaan saya sebelum Go-Jek adalah jualan baju musiman hanya pada saat bulan puasa gitu mas. Dan pada saat Go-Jek hadir di Pamekasan saya mencoba untuk bergabung dengan Go-Jek pada tahun 2017 lalu dan saya merasakan bahwa berada di Go-Jek merupakan salah satu pekerjaan yang sangat mudah dan menguntungkan, juga kita dapat membantu mempermudah orang dengan banyaknya layanan di aplikasi Go-Jek”.³³

Pemaparan di atas dapat diketahui bahwa Go-Jek hadir di Pamekasan bukan hanya untuk mempermudah konsumen dalam memperoleh pelayanan yang cepat dan efektif. Tawaran untuk kerjasama juga datang dari Go-Jek kepada masyarakat dan juga rumah makan ataupun cafe yang ingin bergabung dengan Go-Jek sebagai mitra meskipun berbeda bidang usaha.

3) *Sudden shift* pada *Targeting*, cara Go-Jek di Pamekasan dalam menjaga citra baik kepada konsumen.

Strategi pemasaran yang dilakukan tidak selamanya berjalan sempurna karena dalam pelaksanaannya strategi pemasaran yang dilakukan didasarkan pada konsumen yang membeli. Maka dari itu semua yang terlibat dalam suatu pemasaran harus saling membantu baik itu karyawan, mitra driver dan konsumen itu sendiri dengan berbagai bentuk kerjasama. Hal ini seperti yang dinyatakan oleh narasumber kedua bapak Sugeng selaku karyawan Go-Jek di Pamekasan.

“Penilaian terhadap Go-Jek juga merupakan hal yang penting untuk menentukan atau mengetahui tingkat kepuasan konsumen tidak hanya penilaian aplikasi, juga seperti penilaian terhadap mitra driver kami juga menyediakannya agar konsumen juga dapat menilai dan mengomentari dan melaporkan hal-hal yang konsumen sukai atau pun tidak sukai”.³⁴

Hal ini seperti yang disampaikan oleh narasumber pertama bapak Muis.

³³ Meri, Mitra Driver Go-Jek Pamekasan, Wawancara Langsung, (2 Maret 2020).

³⁴ Sugeng, Pengurus Go-Jek Pamekasan, Wawancara Langsung, (11 Februari 2020).

“Kita harus menjaga hubungan dengan mitra driver karena dikarenakan mitra driver kami mempunyai peranan besar terhadap proses berjalannya aplikasi ini, kami hanya mempertemukan konsumen dengan penyedia jasa transportasi dengan mudah, hal itu dilakukan oleh kami agar bisa membangun rasa kekeluargaan antara Go-Jek dengan para mitra driver”.³⁵

Dari pemaparan diatas dapat disimpulkan bahwa setiap perusahaan tentunya wajib mempunyai strategi yang tepat untuk memasarkan produknya, tidak mungkin suatu perusahaan dapat memasarkan produknya sendiri tanpa adanya strategi yang tepat dan dapat menjual produknya sesuai dengan target perusahaan. Maka dari itu strategi dibutuhkan untuk membantu memasarkan produk dengan baik.

4) Strategi penentuan pasar sasaran (*Targetting*) Go-Jek di Kota Pamekasan.

Penentuan pasar sasaran yang dilakukan adalah menetapkan semua sasaran dalam pelaksanaan proses pemasaran. Penentuan pasar sasaran ini sebagai penentu kemana arah proses pemasaran yang akan ditetapkan, oleh karena itu penting bagi seorang pemasar untuk mengetahui segmen mana yang paling berpotensi agar proses promosi dapat lebih terarah. Seperti yang dipaparkan oleh narasumber kedua bapak Sugeng.

“Selain menentukan segmentasi pasar menurut saya penentuan pasar sasaran ini penting juga untuk mengetahui segmen mana yang akan membuat promosi kita lebih terarah dari ketiga segmen yang sudah di jelaskan tadi dalam menetapkan pasar sasaran kami di Pamekasan menggunakan segmentasi demografis dan psikografis”.³⁶

Selaras dengan penjelasan yang dinyatakan oleh narasumber kedua, narasumber pertama bapak Muis juga menyatakan bahwa:

³⁵ Muis, Pengurus Go-Jek Pamekasan, Wawancara Langsung, (11 Februari 2020).

³⁶ Sugeng, Pengurus Go-Jek Pamekasan, Wawancara Langsung, (11 Februari 2020).

“Kalau berbicara masalah pangsa pasar atau penentuan pasar sasaran, setiap perusahaan itu memiliki pangsa pasar atau target pasarnya sendiri dalam penentuan target untuk Go-Jek di Pamekasan itu menargetkan sekitar 14-15 ribu order perhari ini juga termasuk akumulasi order semadura”.³⁷

Menurut narasumber tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa, selain menentukan segmentasi pasar dalam proses pemasarannya, pihak Go-Jek juga perlu menentukan pasar sasaran yang dituju. Sasaran pasar disesuaikan dengan target pemasaran yang telah ditetapkan. Hal tersebut diharapkan agar target pemasaran sesuai dengan sasaran yang di tetapkan dan membuat proses promosi juga lebih terarah. Sasaran atau *Targeting* yang dituju oleh Go-Jek adalah untuk semua kalangan untuk semua layanan yang ada di dalam aplikasi Go-Jek.

c. *Speed, Surprises dan Sudden shift pada Positioning Go-Jek di Kabupaten Kota Pamekasan.*

- 1) *Speed* pada Strategi *Positioning*, sudut pandang nilai pelanggan Go-Jek di Kota Pamekasan.

Speed merupakan ciri khas yang utama dari kemuculan inovasi bisnis pada era saat ini. Dengan begitu kecepatan dalam memperkenalkan produk kepada konsumen adalah bentuk strategi yang paling utama bagi suatu perusahaan, didukung dengan teknologi *modern* yang berkembang pada saat ini, sehingga dapat mempermudah dalam proses pemasaran, seperti yang dipaparkan oleh bapak Muis:

“Awal pemasarannya di Pamekasan kami melihat bahwa transportasi jasa yang ada di Pamekasan masih sedikit, itupun untuk dapat mengaksesnya kita diharuskan ke halte atau ke pangkalan becak atau taxi (bus mini). Nah dari sinilah pada tahun 2017 kami ingin memperkenalkan Go-Jek kepada

³⁷ Muis, Pengurus Go-Jek Pamekasan, Wawancara Langsung, (11 Februari 2020).

masyarakat Pamekasan khususnya untuk mempermudah masyarakat yang membutuhkan jasa antar jemput melalui aplikasi”.³⁸

Dalam penjelasan diatas Go-Jek diluncurkan sebagai salah satu alternatif transportasi jasa untuk mempermudah masyarakat yang ingin menggunakannya.

Seperti pemaparan narasumber bapak Muis, mbak Ayu juga memaparkan:

“Dengan kemunculan Go-Jek saya rasa mempermudah sih. Kalau dulu nunggu angkutan umum kayak bis mini itu harus ke ujung jalan raya yang sering di lewatin bus mini sedangkan kalo Go-Jek tinggal klik aplikasinya di HP nanti drivernya langsung datang, ya saya bisa nunggunya di rumah aja tidak ribet”.³⁹

Mbak Hayati selaku konsumen Go-Jek juga memberikan penjelasan:

“Menurut saya dengan adanya aplikasi ojek *online*, mempermudah saya, karena disana bukan hanya ada pelayanan Go-Jek driver, tetapi disana juga terdapat beberapa varian pilihan layanan yang dapat saya gunakan ya seperti halnya gofood, goshop dll, dan itu juga menjadi alasan kenapa saya memilih apps Go-Jek”.⁴⁰

Hal tersebut juga dirasakan oleh mitra driver yang telah bergabung dengan Go-Jek seperti penuturan bapak Subhan:

“Go-jek merupakan pekerjaan alternatif bagi saya sendiri yang sebelumnya bekerja serabutan (tidak menentu) sekarang dengan adanya Go-Jek di Pamekasan saya merasa mempunyai pekerjaan yang tetap dan menguntungkan. Untuk bergabung dengan Go-Jek pun sangatlah mudah”.⁴¹

Tidak hanya bapak Subhan, ibu Meri sebagai driver Go-Jek wanita juga memaparkan:

“Saya bergabung dengan Go-Jek untuk mengisi waktu luang saya sehari-hari dan juga untuk menambah pendapatan. Di Go-Jek saya juga dapat bertemu kawan baru yang sudah saya anggap sebagai keluarga saya sendiri, untuk mengoperasikan aplikasi sebagai driver ojek pun sangat mudah maka dari itu saya bergabung dengan Go-Jek sebagai mitra driver”.⁴²

³⁸ Muis, Pengurus Go-Jek Pamekasan, Wawancara Langsung, (11 Februari 2020).

³⁹ Ayu, Konsumen Go-Jek Pamekasan, Wawancara lewat telepon, (19 Februari 2020).

⁴⁰ Hayati, Konsumen Go-Jek Pamekasan, Wawancara Langsung, (19 Februari 2020).

⁴¹ Subhan, Mitra Driver Go-Jek Pamekasan, Wawancara Langsung, (2 Maret 2020).

⁴² Meri, Mitra Driver Go-Jek Pamekasan, Wawancara Langsung, (2 Maret 2020).

Dari penjelasan diatas dapat di simpulkan bahwa Go-Jek dalam perkembangannya di Kota Pamekasan dapat mempermudah masyarakat Kota Pamekasan. Dalam hal ini dapat dikatakan bahwa Go-Jek di Kota Pamekasan mudah dalam beradaasi dengan konsumen ataupun mitranya sendiri. Sehingga Go-Jek dalam perkembangannya di Pamekasan begitu cepat.

2) *Surprises* pada Strategi *Positioning*, harga yang di tawarkan Go-Jek kepada konsumen.

Menetapkan harga jual yang tepat merupakan kunci sukses bagi suatu perusahaan, menentukan harga jual produk dengan tepat juga dapat meningkatkan jumlah penjualan atas produk yang ditawarkan. Harga cukup memiliki pengaruh yang besar terhadap permintaan barang, disamping itu harga juga merupakan suatu penentu bagi permintaan barang dan untuk menentukan posisi persaingan penjualan di pasar. Semakin maraknya pesaing dari bisini jasa transportasi *online*, membuat pelaku usaha perlu mengeluarkan ide-ide kreatif lainnya, tentu dengan memikirkan harga yang akan ditetapkan. Sebagaimana pernyataan yang diutarakan oleh bapak Sugeng:

“Biasanya mas kalau kenaikan harga itu ditentukan oleh manajer pusat, kami selaku pengurus hanya menjalankan sistem yang telah ditetapkan oleh pusat. Perubahan biaya dapat berubah sewaktu waktu tanpa pemberitahuan terlebih dahulu. Dengan begitu sebagai konsumen Go-Jek harusnya memeriksa biaya perjalanan yang tertera di aplikasi Go-Jek terlebih dahulu sebelum memesan”⁴³.

Berkaitan dengan penjelasan bapak Sugeng, bapak Muis juga memberikan penjelasan:

⁴³ Sugeng, Pengurus Go-Jek Pamekasan, Wawancara Langsung, (28 Maret 2020).

“Mengenai tarif itu berbeda-beda tergantung jarak tempuh. Untuk tarif jam normal itu biasanya Rp. 2.700/km pada jam sibuk bisa sampai Rp. 3.000/km, tarif tersebut untuk menu layanan Go-Ride. Sedangkan untuk menu layanan Go-Food konsumen akan dikenakan biaya antar sebesar Rp. 4.000 untuk pembelian dengan menggunakan Go-Pay di kedai Go-Food partner. Sementara itu di kedai non partner dan menggunakan Go-Pay akan dikenakan tarif sebesar Rp. 9.000 Maks 5 km (Rp.2000/km). Tarif diatas sewaktu waktu juga bisa berubah dengan menggunakan promo dan potongan harga khusus”.⁴⁴

Demikian juga dengan bapak Subhan yang menjelaskan:

“Untuk penentuan harga kami sesuaikan dengan aplikasi biasanya sih kalau saya mengantarkan konsumen minimalnya itu saya mendapat Rp. 7.000 itu sebelum dikurangi biaya aplikasi 20% dari pendapatan satu kali order.kalu pada menu Go-Food itu akan di potong sesuai dengan ongkir yang akan didapat”.⁴⁵

Dari hasil penelitian diatas dapat peneliti simpulkan bahwa harga pasti akan mengalami perubahan sesuai dengan peningkatan kualitas pelayanan yang akan diberikan. Pada penelitian diatas Go-Jek mendapatkan 20% dari ongkir yang di dapat oleh mitra driver. Harga naik namun tetap tidak membuat konsumen setia kabur. Karena konsumen mendapatkan nilai yang sama bahkan lebih dari produk pelayanan yang diberikan oleh Go-Jek di Pamekasan atas uang yang dikeluarkan untuk menggunakan jasa layanan transportasi *online*. peningkatan kualitas pelayanan dilakukan oleh Go-Jek tidak lain bertujuan untuk tetap memberikan kepuasan kepada konsumen.

3) *Sudden shift* pada Strategi *Positioning*, minat konsumen dalam menggunakan aplikasi layanan Go-Jek di Kota Pamekasan.

Sudden shift merupakan sebuah dampak yang muncul secara tiba-tiba (tidak disadari) yang ditimbulkan dengan adanya inovasi disruptif pada saat ini.

⁴⁴ Muis, Pengurus Go-Jek Pamekasan, Wawancara Langsung, (28 Maret 2020).

⁴⁵ Subhan, Mitra Driver Go-Jek Pamekasan, Wawancara Langsung, (2 Maret 2020).

“Sebelum saya bergabung di Go-Jek saya bergabung dengan Grab sekitar 1 tahun lebih lalu saya mulai bergabung dengan Go-Jek sekitar 6 bulan, dikarenakan kondisinya grab tidak berkembang di Pamekasan dan cenderung merosot dari order dan sebagainya maka dari itu saya mulai berhenti dan bergabung dengan Go-Jek karena di Go-Jek saya rasa lebih menguntungkan”.⁴⁶

Menanggapi pernyataan diatas ibu Meri juga memberi pemaparan:

“Sebelum adanya Go-Jek saya kan memiliki toko baju jadi sebelum Go-Jek hadir di Pamekasan aktivitas keseharian saya ya menjual baju, pada saat Go-Jek hadir di Pamekasan tahun 2017 lalu saya pun mencoba untuk bergabung dan saya merasakan sendiri keuntungan yang saya dapat pada saat bergabung dengan Go-Jek saya bisa menghasilkan 100-300 ribu per harinya tapi pada tahun 2019 kemaren dikarenakan mitra driver yang bergabung dengan Go-Jek itu semakin banyak jadi ada pemerataan jika jam kerjanya sama. Alasan saya perpindah dari penjual baju menjadi driver Go-Jek karena kalau di toko baju itu lakunya musiman seperti di bulan puasa tuh baru ramai pembeli”.⁴⁷

Tidak hanya dari mitra driver, selaku konsumen mbak Ayu juga mengungkapkan:

“Kalau dulu nunggu angkutan umum seperti bus mini harus ke ujung jalan raya dulu yang sering di lewatin bus mini berbeda pada saat menggunakan Go-Jek, tinggal klik di HP langsung datang kita nunggu drumah aja tidak ribet Karena Go-Jek mudah di akses”.⁴⁸

Dari ketiga pernyataan diatas dapat peneliti simpulkan bahwa strategi pemosisian pasar yang di bangun oleh Go-Jek agar produk layanannya dapat dengan mudah di kenal oleh masyarakat menjadi salah satu alasan bertambahnya mitra dan konsumennya pada saat ini. Apalagi Go-Jek dalam aplikasinya tidak hanya menawarkan satu produk melainkan beberapa produk layanan yang dapat di akses lewat aplikasinya.

⁴⁶ Subhan, Mitra Driver Go-Jek Pamekasan, Wawancara Langsung, (2 Maret 2020).

⁴⁷ Meri, Mitra Driver Go-Jek Pamekasan, Wawancara Langsung, (2 Maret 2020).

⁴⁸ Anis, Konsumen Go-Jek Pamekasan, Wawancara Langsung, (3 Maret 2020).

4) Strategi penentuan posisi pasar (*Positioning*) Go-Jek di Pamekasan.

Penentuan posisi pasar sangat penting dalam proses pemasaran. Tujuan penentuan posisi pasar ini untuk membangun dan mengkomunikasikan keunggulan bersaing produk yang ada di pasar ke dalam benak konsumen. Oleh karena itu, penting bagi seorang *marketing* untuk memastikan keberadaan produk tetap diingat konsumen dalam pasar sasaran. Seperti yang dipaparkan oleh narasumber kedua bapak Sugeng:

“Dalam strategi pemosisian pasar ini, kita menciptakan inovasi-inovasi dalam produk yang kita tawarkan ke dalam benak konsumen sehingga produk yang kita tawarkan mudah diingat oleh konsumen yang akan kita bidik nantinya, diimbangi dengan kualitas pelayanan yang cepat, mudah dan murah yang akan menjadi salah satu langkah dalam memposisikan pasar dengan cepat dan tepat. Dalam hal ini Go-Jek akan berusaha memberikan suatu hal yang lebih dan dijamin memuaskan”.⁴⁹

Menurut narasumber diatas penentuan posisi pasar yang baik sangat penting dilakukan, karena dengan begitu mereka dapat meraih simpati dalam benak konsumen. Hal tersebut bisa mendorong mereka untuk membeli produk yang ditawarkan. Posisi pasar yang di raih oleh Go-Jek adalah sebuah aplikasi layanan yang menjadi pusat penyedia jasa sesuai yang di inginkan oleh konsumen.

Go-Jek dalam mengidentifikasi posisi pasar adalah mempromosikan semua layanan yang tersedia dalam aplikasi dengan berbagai promosi yang menarik. Disamping itu, Go-Jek juga menentukan keunggulan kompetitif dimana jasa yang dihasilkan memuaskan bagi konsumen yang telah menggunakan jasa transportasi Go-Jek.

⁴⁹ Sugeng, Pengurus Go-Jek Pamekasan, Wawancara Langsung, (11 Februari 2020).

B. Temuan penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti kumpulkan dari berbagai macam pengumpulan data, baik berupa wawancara, observasi dan dokumentasi, maka peneliti menemukan beberapa hal sebagai temuan yang dilampirkan dalam bentuk tulisan.

1. *Speed, Surprises dan Sudden shift* pada *Segmentation* Go-Jek di Kabupaten Kota Pamekasan.

- a. Inovasi yang ada pada aplikasi Go-Jek di gunakan untuk mengelompokkan jenis produk layanan jasa sesuai dengan kebutuhan pengguna. Dengan adanya inovasi layanan tersebut, pengguna dapat menikmati berbagai jenis layanan lain hanya dengan menggunakan aplikasi Go-Jek yang tersedia di *smartphone*. sehingga menciptakan nilai yang lebih efektif.
- b. Teknologi tidak hanya dilihat sebagai alat yang memiliki fungsi tertentu, tetapi memiliki pengaruh besar dan memberikan kemudahan bagi kehidupan sosial. Go-Jek memanfaatkan Teknologi dijadikan sebagai penunjang pelayanan yang diberikan kepada pengguna. Dengan menggunakan teknologi aplikasi ini juga merubah kinerja ojek tradisional yang semula menunggu penumpang di pangkalan menjadi menjemput penumpang berdasarkan pesanan melalui aplikasi.
- c. Dampak sosial yang dirasakan oleh masyarakat Pamekasan cenderung positif dikarenakan perubahan sosial yang terjadi dapat dikelola dengan baik dan tidak menimbulkan gejolak konflik yang berlebihan. Bahkan

dengan kemunculan Go-Jek di kota Pamekasan membuka peluang besar bagi masyarakat yang ingin bergabung sebagai mitranya.

- d. Go-Jek di Kota Pamekasan menggunakan 2 jenis segmentasi pasar yaitu segmentasi geografis dengan membagi atau mengelompokkan mitranya di setiap wilayah agar mudah di jangkau oleh konsumen dan segmentasi psikografis mengelompokkan berbagai jenis layanan sesuai dengan kebutuhan pengguna.

2. *Speed, Surprises dan Sudden shift* pada *Targeting* Go-Jek di Kabupaten Kota Pamekasan.

- a. Memberikan kesan kemudahan, teknologi dijadikan sebagai penunjang pelayanan yang diberikan kepada pengguna. Dengan menggunakan teknologi aplikasi ini juga merubah kinerja ojek tradisional yang semula menunggu penumpang di pangkalan menjadi menjemput penumpang berdasarkan pesanan melalui aplikasi.
- b. Keunikan-keunikan dari produk yang Go-Jek tawarkan kepada konsumen mempunyai nilai lebih efektif dari pada produk pelayanan lain dan juga lebih banyak pilihan pelayanan yang dapat pelanggan gunakan.
- c. Citra baik produk pelayanan Go-Jek di Kota Pamekasan didapatkan dari pelanggan yang menggunakan teknologi aplikasi pada moda transportasi Go-Jek kemudian memberikan nilai pada mitra dan aplikasi layanan yang telah digunakan.

- d. Sasaran atau *Targeting* yang dituju oleh Go-Jek yaitu tidak ada sasaran khusus kepada konsumen yang ingin menggunakan layanan dalam aplikasi Go-Jek. Go-Jek bisa di akses oleh semua kalangan untuk semua layanan yang ada di dalam aplikasi Go-Jek sesuai kebutuhan pengguna.

3. *Speed, Surprises dan Sudden shift* pada *Positioning* Go-Jek di Kabupaten Kota Pamekasan.

- a. Go-Jek di Kota Pamekasan Lebih mudah dalam menguasai pasar konsumen dikarenakan pesaing yang menggunakan strategi pemasaran yang hampir sama masih sedikit.
- b. Mencipkan kesan kepada konsumen dengan kualitas produk yang baik dan harga juga lebih rendah (murah). total harga yang ditampilkan di aplikasi sebelum menggunakan jasa Go-Jek memberikan kepastian pengguna mengenai biaya, hal ini juga yang menjadi pertimbangan konsumen untuk menggunakan Go-Jek di Kota Pamekasan.
- c. Mencipkan pasar baru dengan metode baru, menciptakan daya tarik dari segi kemudahan untuk mendapatkan pelayanan dan secara perlahan Go-Jek menggantikan posisi pasar pesaing yang bergerak tetap.
- d. Dalam pemosisian pasar, Go-Jek di Kota Pamekasan cepat dalam beradaptasi dengan lingkungan baru. Pemosisian pasar yang dilakukan oleh Go-Jek di Pamekasan yaitu dengan mempromosikan semua layanan yang tersedia dalam aplikasi dengan berbagai promosi yang menarik, mengelompokkan konsumen pasar menurut jenis pelayanan apa yang banyak di minati dan sesuai dengan gaya hidup keseharian konsumen.

C. Pembahasan

Berdasarkan temuan penelitian diatas, maka peneliti akan membahas secara lebih detail dengan memaparkan letak kesesuaian atau bahkan ketidaksesuaian dengan kajian teori yang sudah dipaparkan sebelumnya.

1. *Speed, Surprises dan Sudden shift* pada *Segmentation* Go-Jek di Kabupaten Kota Pamekasan.

- a. *Speed* pada Strategi *Segmentation*, inovasi yang ada dalam produk layanan Go-Jek.

Speed yaitu perubahan yang di munculkan oleh sebuah inovasi disruptif yang berkembang dengan sangat cepat dikarenakan didukung dengan adanya teknologi modern serta keunikan pada produk, dan untuk mendapatkan suatu informasi juga akan lebih cepat.⁵⁰

Inovasi adalah proses kelanjutan dari sebuah penemuan (*invention*) yaitu kegiatan kreatif untuk menciptakan objek-objek dan substansi baru. Inovasi merupakan pengenalan sesuatu yang baru dengan ditandai oleh suatu penerapan gagasan, metode, prosedur, dan produk yang lebih baik. Inovasi juga dikatakan sebagai mengubah nilai dan kepuasan yang diperoleh konsumen dari produsen.⁵¹

Hasil dari kegiatan penelitian yang telah dilakukan di lapangan menunjukkan bahwa Go-Jek di Pamekasan berinovasi dengan memberikan layanan yang berbeda dengan ojek tradisional. Dalam hal ini Go-Jek di

⁵⁰ Widia Darma, "Inovasi Disruptif (Disruptif Innovation) Dalam Pendidikan", (Jakarta, 2018), hlm. 8-10. <https://files.osf.io/V1/Resources/Pqk79/Providers/Osfstorage/5c63d9dc16506900180C4167?Action=Download&Version=1&Direct>, Diakses Tanggal 10 Agustus 2019 Pukul 21:15.

⁵¹ Wadhan, *Pengantar Kewirausahaan* (Surabaya: Pena Salsabila, 2013).

Pamekasan juga mengelompokkan atau membagi pelayanan yang tersedia di menu aplikasi Go-Jek. Tidak hanya jasa transportasi, Go-Jek juga berinovasi dengan menyediakan program pelayanan jasa yang berbeda, ada sekitar 17 layanan di menu aplikasi Go-Jek akan tetapi di Pamekasan sendiri hanya menerapkan 10 jasa layanan, yaitu jasa mengantar makanan, jasa angkut barang menggunakan mobil, jasa berbelanja, mengantarkan barang, jasa membersihkan rumah, dan lainnya. Dengan adanya inovasi layanan tersebut, pengguna dapat menikmati berbagai jenis layanan lain hanya dengan menggunakan aplikasi Go-Jek yang tersedia di *smartphone*.

- b. *Surprises* pada *Segmentation*, perkembangan teknologi Go-Jek di Kabupaten Kota Pamekasan.

Surprises merupakan salah satu ciri dari era disruptif, dimana perubahan yang terjadi banyak menimbulkan sebuah kejutan bagi pesaing pasar, karena banyak hal baru yang tidak terduga dan menimbulkan dampak yang luar biasa.⁵² Dalam dunia bisnis tidak ada posisi yang aman bagi perusahaan selagi strategi dan inovasi masih banyak berkembang di kalangan pesaing pasar.

Surprises juga merupakan sebuah ciri pada perkembangan inovasi bisnis yang tidak dapat di prediksi sebelumnya, mengakibatkan sejumlah pasar yang tetap bergerak secara tradisional atau menggunakan sistem tradisional secara perlahan akan digantikan oleh sistem yang mampu membuat biaya mencari dan biaya transaksi menjadi lebih rendah. Perkembangan Go-Jek di Pamekasan

⁵² Ibid. 459.

sangatlah cepat dan memberikan kejutan besar bagi pelaku bisnis yang bergerak dibidang yang sama dan tidak melakukan perubahan apapun.

Dari hasil penelitian hadirnya Go-Jek di Pamekasan juga merupakan salah satu pembentuk pasar transportasi baru dan juga sebagai salah satu alternatif dalam menekan angka pengangguran yang ada di Pamekasan dikarenakan dari hasil penelitian Go-Jek di Pamekasan juga membuka lapangan kerja baru sebagai mitranya, hal semacam ini juga banyak diminati oleh masyarakat Pamekasan.

Dengan adanya inovasi teknologi pada layanan jasa transportasi tersebut, pengguna dapat menikmati berbagai jenis layanan lain hanya dengan menggunakan aplikasi Go-Jek yang tersedia di *smartphone*. Teknologi tidak hanya dilihat sebagai alat yang memiliki fungsi tertentu, tetapi memiliki pengaruh besar bagi kehidupan sosial Go-Jek berinovasi dengan memberikan layanan yang berbeda dengan ojek tradisional.

c. *Sudden Shift* pada *Segmentation*, ketertarikan masyarakat dengan adanya Go-Jek di Kabupaten Kota Pamekasan

Sudden shift yaitu sebuah dampak yang muncul secara tiba-tiba (tidak disadari) yang ditimbulkan dengan adanya inovasi disruptif. Dengan demikian banyak yang mengalami pergeseran hingga perubahan secara tiba-tiba, bukan menghilang akan tetapi suatu pasar serta konsumennya tetap, namun kini mulai berpindah. Banyak orang merasa segala sesuatu mengalami kelesuan karena siklus ekonomi.⁵³

⁵³ Widia Darma, "Inovasi Disruptif (Disruptif Innovation) Dalam Pendidikan", (Jakarta, 2018), hlm. 8-10. <https://files.osf.io/V1/Resources/Pqk79/Providers/Osfstorage/5c63d9dc16506900180C4167?Action=Download&Version=1&Direct>, Diakses Tanggal 10 Agustus 2019 Pukul 21:15.

Hasil kegiatan penelitian yang dilakukan di lapangan menunjukkan bahwa Kehadiran Go-Jek di kota Pamekasan memberikan banyak dampak bagi sebagian masyarakat kota Pamekasan dikarenakan adanya Go-Jek membuat ketertarikan tersendiri bagi sebagian besar kalangan untuk bergabung dengan Go-Jek sebagai mitra driver atau menikmati berbagai macam jenis produk layanan yang ada dalam menu aplikasi Go-Jek. Partisipasi masyarakat Pamekasan dalam menggunakan Go-Jek pun meningkat. Hal semacam ini juga akan menimbulkan dampak deflasi karena biaya mencari dan biaya transaksi menjadi lebih praktis. Kedua jenis biaya ini umumnya hanya dikenal oleh generasi *millennials* berkat teknologi infokom. Selain itu timbul gerakan berbagi yang mampu memobilisasi jenis pelayanan tradisional pada jenis pelayanan modern ke dalam kegiatan ekonomi produktif melewati jenis layanan yang ada pada menu aplikasi Go-jek.

d. Penentuan Strategi Segmentasi pasar Go-Jek di Kabupaten Kota Pamekasan.

Segmentasi pasar merupakan kegiatan membagi suatu pasar menjadi kelompok-kelompok pasar dan kelompok pembeli berbeda yang mungkin memerlukan produk atau ramuan pemasaran tersendiri. Perusahaan dalam menjual produknya kepada konsumen membagi pasar menjadi beberapa jenis sesuai dengan kriteria yang mereka inginkan. Pembagian pasar ini akan memudahkan perusahaan dalam menentukan konsumen sasarannya.⁵⁴

Segmentasi pasar mengacu pada proses mengkategorikan seluruh pasar menjadi serangkaian pasar yang lebih kecil berdasarkan karakteristik umum yang berhubungan dengan perilaku konsumen. Setelah pasar dibagi menjadi segmen-

⁵⁴ Kasmir, *Pemasaran Bank* (Jakarta: Kencana, 2010), hlm. 100.

segmen yang lebih kecil, perusahaan bisa meluncurkan program pemasaran untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan dari segmen yang ada.⁵⁵ Hasil kegiatan penelitian yang dilakukan di lapangan menunjukkan bahwa ada 2 jenis segmentasi pasar yang digunakan oleh Go-Jek di Kota Pamekasan sebagai berikut:

1) Segmentasi Psikografis

Segmentasi psikografis merupakan pengelompokan pembeli kedalam kelompok yang berbeda berdasarkan kelas sosial, gaya hidup dan kepribadian, karena setiap orang yang ada dalam kelompok geografis yang sama dapat menunjukkan profil psikografis yang berbeda.⁵⁶

Data yang diperoleh dari hasil penelitian Go-Jek menyediakan beberapa produk berdasarkan gaya hidup konsumen untuk mempermudah dalam memenuhi kebutuhan. Go-Jek menyediakan beberapa inovasi produk khusus, diantaranya adalah. Go-Ride yang merupakan layanan transportasi sepeda motor yang dapat mengantar anda ke berbagai tempat dengan lebih mudah dan lebih cepat. Go-Car adalah layanan transportasi menggunakan mobil untuk mengantarkan Anda kemanapun dengan nyaman. Go-Food merupakan layanan pesan-antar makanan dengan beberapa daftar restoran. Go-Mart adalah layanan yang dapat digunakan untuk berbelanja ribuan jenis barang dari berbagai macam toko di area Pamekasan dan layanan lainnya. Segmentasi ini dapat memberikan nilai lebih pada Go-Jek dalam memasarkan produknya.

⁵⁵ Agus Hermawan, *Komunikasi.....*, hlm. 31.

⁵⁶ Ibid. hal. 194.

Dalam hal ini Go-Jek di Pamekasan mengelompokkan konsumennya berdasarkan gaya hidup dengan membentuk beberapa jenis layanan yang berbeda. Sehingga konsumen dapat memilih pelayanan yang dibutuhkan dengan mudah sesuai dengan pelayanan yang ditawarkan di menu aplikasi Go-Jek, dengan begitu Go-Jek lebih cepat dikenal dengan mengandalkan beberapa layanan berdasarkan gaya hidup konsumen.

2) Segmentasi Geografis

Segmentasi geografis yaitu pembagian pasar kedalam unit/satuan geografis yang berbeda seperti bangsa, negara, daerah, provinsi, dan kota. Perusahaan bisa memutuskan untuk beroperasi disatu atau beberapa bahkan disemua daerah geografis akan tetapi memberikan perhatian kepada variasi lokal dalam kebutuhan dan preferensi/pilihan geografis.⁵⁷

Dari hasil wawancara yang dilakukan diperoleh data signifikan bahwa Go-Jek menggunakan segmentasi geografi dimana Go-Jek dalam pemasarannya tersebar di hampir seluruh kota di Indonesia. Di Kabupaten Kota Pamekasan sendiri pengelompokan pasar dilakukan pada mitra driver dengan menentukan posisi/wilayah yang tepat agar Go-Jek mudah dijangkau oleh konsumen. Pengelompokan mitra driver Go-Jek di Pamekasan tersebar di sebagian daerah seperti Kec. Tlanakan, Jl. Kemuning, Jl. Niaga, Jl. Kowel dan sekitarnya merupakan wilayah yang memiliki nilai potensial bagi perusahaan.

⁵⁷ J. Supranto, Nandan Limakrisna, *Perilaku Konsumen dan Strategi pemasaran* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2011), hlm. 190.

Segmentasi antara wilayah satu dengan wilayah lainnya tidak hanya memiliki perbedaan saja, tentu wilayah-wilayah tersebut juga memiliki kesamaan. Begitupun dengan segmen konsumen sasaran yang mengharuskan perusahaan agar dapat melayani kebutuhan dari berbagai perbedaan dan kesamaan kebutuhan dari setiap segmen pasar yang digunakan.

2. *Speed, Surprises dan Sudden shift* pada *Targeting* Go-Jek di Kabupaten Kota Pamekasan.

- a. *Speed* pada *Targeting*, keunggulan produk layanan Go-Jek di kota Pamekasan.

Keunggulan kompetitif adalah keunggulan melebihi pesaing yang diperoleh dengan menawarkan nilai yang lebih besar kepada konsumen dari pada tawaran pesaing. Untuk memenangkan pasar saat ini, perusahaan harus pandai tidak hanya dalam mengelola produk, tetapi juga dalam mengelola hubungan pelanggan dan mitranya untuk menghadapi persaingan yang ada. Membangun hubungan pelanggan yang menguntungkan dan meraih keunggulan kompetitif (*competitive advantage*) memerlukan penghantaran nilai dan kepuasan lebih kepada konsumen daripada yang dilakukan oleh pesaing.⁵⁸

Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti dalam membangun hubungan pelanggan yang baik Go-Jek di Pamekasan menyediakan penilaian bagi konsumen. Produk pelayanan Go-Jek di Pamekasan juga sama dengan pelayanan Go-Jek yang ada di kota-kota lainnya namun di Pamekasan sendiri Go-Jek menerapkan beberapa strategi pasar yang telah ditetapkan oleh pusat dan

⁵⁸ Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi 12, (tt: Erlangga, 2008), Hal. 269.

mengembangkannya sesuai dengan kondisi wilayah tersebut untuk menjaga kualitas produk dalam setiap layanan yang dipasarkan sehingga dapat mempertahankan pertumbuhan perusahaan yang sudah dikenal oleh masyarakat Pamekasan, dengan selalu memberikan inovasi pada setiap produk agar segmentasi yang telah ditetapkan akan terus berkelanjutan.

Hal tersebut akan menumbuhkan kepercayaan pelanggan akan produk pelayanan yang di pasarkan oleh Go-Jek di Kota Pamekasan. Setelah kepercayaan pelanggan didapatkan, keunggulan kompetitif produk pelayana Go-Jek yang ada di Kota Pamekasan akan semakin meningkat. produk pelayanan Go-Jek yang telah menguasai pasar konsumen terhadap layanan jasa transportasi *online* dan sudah dapat diakses oleh semua calon konsumen di Pamekasan namun ada beberapa wilayah di Pamekasan yang tidak dapat dijangkau oleh Go-Jek.

- b. *Surprises* pada *Targeting*, keunikan yang Go-Jek tawarkan kepada konsumen.

Surprises merupakan salah satu ciri dari era disruptif, dimana perubahan yang terjadi banyak menimbulkan sebuah kejutan bagi pesaing pasar, karena banyak hal baru yang tidak terduga dan menimbulkan dampak yang luar biasa. perkembangan inovasi bisnis yang tidak dapat di prediksi sebelumnya, mengakibatkan sejumlah pasar yang tetap bergerak secara tradisional atau menggunakan sistem tradisional secara perlahan akan digantikan oleh sistem yang mampu membuat biaya mencari dan biaya transaksi menjadi lebih rendah.⁵⁹

⁵⁹ Rhenald Kasali, *Disruption.....*, hlm. 459.

Signifikan dengan hasil yang diperoleh di lapangan, Go-Jek menggunakan Model bisnis dengan merubah bisnis industri transportasi tradisional dan tradisional ke arah yang lebih modern dan membuat bisnis yang diluncurkan dapat bertahan, agar penetapan target pasar juga dapat mudah tercapai Go-Jek menciptakan model bisnis baru yang bergerak dengan sangat cepat sehingga cenderung akan sulit ditiru oleh pesaing, membuat keadaan pasar akan berubah dan pasar konsumen akan mudah dikendalikan. Inti dari model bisnis ini adalah pelaku usaha tetap mengembangkan sebuah inovasinya dengan menciptakan suatu keunikan atau ciri khas terhadap produk yang ditawarkan agar tetap memenangkan persaingan pasar.

- c. *Sudden Shift* pada *Targeting*, cara Go-Jek di Pamekasan dalam menjaga citra baik kepada konsumen.

Citra baik merupakan pemahaman konsumen terhadap suatu merk ataupun produk yang dikeluarkan oleh suatu organisasi atau perusahaan yang kemudian direkam oleh konsumen dan berkerja sebagai filter yang mempengaruhi persepsi terhadap perusahaan. Citra baik menunjukkan kesan suatu objek terhadap objek lain yang terbentuk dengan memproses informasi dari berbagai sumber terpercaya. Citra baik juga diartikan sebagai kesan, perasaan, gambaran diri terhadap perusahaan kesan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu objek, orang atau organisasi. Dengan terbentuknya citra yang baik dimata pelanggan akan meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan terhadap perusahaan tersebut.⁶⁰

⁶⁰ https://id.wikipedia.org/wiki/Citra_perusahaan, Diakses Tanggal 10 April 2020 Pukul 12:08.

Sebagaimana berdasarkan data hasil wawancara, penilaian dari konsumen merupakan bentuk strategi pemasaran yang juga diutamakan di Go-Jek untuk menjaga citra baik Go-Jek dan mempermudah untuk memantau mitranya dari nilai yang diberikan oleh konsumen. Adanya mitra driver yang tersebar luas di daerah Kota Pamekasan membuat pemasaran produk Go-Jek bisa memiliki jangkauan yang lebih luas. Maka dari itu pemberian nilai oleh konsumen pada aplikasi Go-Jek di *play store* dan juga pemberian nilai pada pelayanan yang telah diberikan oleh mitra yang telah di pesan sangat menentukan perkembangan dan citra baik perusahaan. Oleh karena itu hubungan dengan mitra perlu dijaga dengan baik.

d. Strategi penentuan pasar sasaran (*Targetting*) Go-Jek di Kota Pamekasan.

Targeting merupakan tumpuan dari fokus pelayanan perusahaan pada konsumen secara *intensif*, agar menghasilkan kepuasan konsumen dan tercapainya keuntungan perusahaan. Dalam menentukan suatu pasar sasaran, perusahaan harus melihat apakah perusahaan memiliki keunggulan kompetitif atau tidak relatif terhadap pesaingnya. Keunggulan kompetitif juga berasal dari sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan, baik berwujud ataupun tidak.⁶¹

Proses penetapan pasar sasaran dilakukan setelah segmentasi pasar. Para pemasar menggunakan bermacam-macam ukuran untuk membatasi fokus mereka kepada salah satu atau beberapa segmen yang mereka anggap tidak layak. Dalam proses penetapan pasar sasaran dapat dilakukan dengan penekanan pada analisis konsumen, pesaing, strategi *Positioning*, daya tarik keuangan dan daya pasar.⁶²

⁶¹ Sofjan Assauri, *Strategic Marketing*....., hlm. 56.

⁶² Ibid.

Dengan demikian menetapkan pasar sasaran artinya mengevaluasi keaktifan setiap segmen, kemudian memilih salah satu dari segmen pasar atau lebih untuk dilayani. Menetapkan pasar sasaran dengan cara mengembangkan ukuran-ukuran dan daya tarik segmen kemudian memilih segmen sasaran yang diinginkan. Seperti data yang diperoleh dilapangan, Go-Jek sebagai perusahaan strart-up juga memiliki target pasar yang menjadi bidikan perusahaan. Pasar yang menjadi target perusahaan memiliki beberapa aspek penilaian yang meliputi loyalitas konsumen, pasar yang mempunyai minat dan daya belinya tinggi.

Pasar yang termasuk dalam target perusahaan Go-Jek ialah hampir seluruh kota yang ada di Indonesia. Sasaran pasar yang ditetapkan Go-Jek di Pamekasan dalam menjual produknya adalah penetapan produk berdasarkan gaya hidup dan memberikan kemudahan bagi konsumen. Go-Jek Pamekasan memberikan kualitas yang bagus serta mengantongi beberapa keunikan dari berbagai layanan yang dipasarkan, sehingga mereka tetap lebih memilih jenis layanan yang di luncurkan oleh Go-Jek dengan biaya yang cukup terjangkau bagi semua kalangan dan kualitas pelayanan yang baik.

3. *Speed, Surprises dan Sudden shift* pada *Positioning* Go-Jek di Kabupaten Kota Pamekasan.

- a. *Speed* pada Strategi *Positioning*, sudut pandang nilai pelanggan Go-Jek di Kota Pamekasan.

Menurut Widia Darma, dalam jounnal yang berjudul “Inovasi Disruptif (Disruptif Innovation) Dalam Pendidikan” *Speed* diartikan sebagai perubahan yang di munculkan oleh sebuah inovasi disruptif yang berkembang dengan sangat

cepat dikarenakan didukung dengan adanya teknologi modern serta keunikan pada produk, dan untuk mendapatkan suatu informasi juga akan lebih cepat. Minimnya pemahaman tentang *disruption* dan model bisnis *online* di kalangan pemimpin pasar menyebabkan para pelaku usaha melihat persaingan dalam kacamata lama.⁶³

Perluasan pasar konsumen dalam aturan yang seakan-akan sama, membuat pemimpin pasar berpikir bahwa serangan *disruption* adalah perubahan biasa, sehingga mereka banyak merespon dengan perluasan pasar biasa, yaitu dengan meng-*online*-kan bisnis tradisional seperti biasa. Selain itu tetap beroperasi dengan struktur biaya tinggi juga akan sulit menaklukkan pelaku ekonomi berbagi yang muncul dan berkembang sangat cepat, mereka juga mengalami pertarungan internal yang rumit. Pemimpin pasar lama selalu beranggapan bahwa *digital disruption* adalah menurunkan harga melalui layanan *online*, sehingga banyak dari mereka yang tidak mengetahui secara jelas apa yang akan mereka dapatkan.

Hasil penelitian memperoleh penemuan yang signifikan bahwa Go-Jek dalam perkembangannya di Pamekasan dapat mempermudah masyarakat Pamekasan dengan memberikan jenis pelayanan yang bervariasi dan juga mudah jika ingin menggunakannya sehingga Go-Jek banyak diminati oleh konsumen khususnya di Pamekasan. Dalam hal ini dapat dikatakan bahwa Go-Jek di Pamekasan mudah dalam berdaasi dengan konsumen ataupun mitranya sendiri. Sehingga Go-Jek dalam perkembangannya di Pamekasan begitu cepat.

⁶³ Widia Darma, "Inovasi Disruptif (Disruptif Innovation) Dalam Pendidikan", (Jakarta, 2018), hlm. 8-10. <https://files.osf.io/v1/resources/Pqk79/Providers/OSFstorage/5c63d9dc16506900180C4167?Action=Download&Version=1&Direct>, Diakses Tanggal 10 Agustus 2019 Pukul 21:15.

- b. *Surprises* pada Strategi *Positioning*, harga yang di tawarkan Go-Jek kepada konsumen.

Menurut Nurhajati, N. Rahma, dkk, dalam jounal yang berjudul Inovasi Disruptif: Tantangan dan Peluang Bagi UKM, menjelaskan *Surprises* merupakan sebuah ciri pada perkembangan inovasi bisnis yang tidak dapat di prediksi sebelumnya, mengakibatkan sejumlah pasar yang tetap bergerak secara tradisional atau menggunakan sistem tradisional secara perlahan akan digantikan oleh sistem yang mampu membuat biaya mencari dan biaya transaksi menjadi lebih rendah.⁶⁴

Dari hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti, perkembangan Go-Jek di Pamekasan sangatlah cepat dan memberikan kejutan besar bagi pelaku bisnis yang bergerak dibidang yang sama dan tidak melakukan perubahan apapun. Go-Jek di Pamekasan juga merupakan salah satu perusahaan yang membentuk pasar transportasi baru dan juga sebagai salah satu alternatif dalam menekan angka pengangguran yang ada di Pamekasan dikarenakan dari hasil penelitian Go-Jek di Kota Pamekasan juga membuka lapangan kerja baru sebagai mitranya, hal semacam ini juga banyak diminati oleh masyarakat Pamekasan.

- c. *Sudden Shift* pada Strategi *Positioning*, minat konsumen dalam menggunakan aplikasi layanan Go-Jek di Kota Pamekasan.

Rhenald Kasali dalam karya tulisnya berpendapat bahwa *Sudden shift* merupakan sebuah dampak yang muncul secara tiba-tiba (tidak disadari) yang ditimbulkan dengan adanya inovasi disruptif. Dengan demikian banyak yang mengalami pergeseran hingga perubahan secara tiba-tiba, bukan menghilang akan

⁶⁴ Nurhajati dkk, "Inovasi Disruif: Tantangan dan Peluang Bagi UKM." 2, Vol. 1 (INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia, Maret, 2018), hlm. 110. [Http://Inobis.Org/Ojs/Index.Php/Jurnal-Inobis/Article/View/31](http://Inobis.Org/Ojs/Index.Php/Jurnal-Inobis/Article/View/31), Diakses Tanggal 10 Agustus 2019 Pukul 20:57.

tetapi suatu pasar serta konsumennya tetap, namun kini mulai berpindah, hal ini dikarenakan konsumen tidak hanya menginginkan kualitas baik pada produk akan tetapi inovasi yang dikembangkan oleh suatu perusahaan dapat menarik minat beli konsumen.⁶⁵

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan mendapatkan kesimpulan bahwa kehadiran Go-Jek di Pamekasan berdampak positif bagi pelanggan yang menggunakannya, terutama pada hal memenangkan persaingan pasar konsumen. Go-Jek di Pamekasan dapat menciptakan lapangan kerja baru bagi masyarakat yang belum memiliki pekerjaan tetap ataupun dapat dijadikan sebagai pekerjaan sampingan. Go-Jek diminati oleh masyarakat Kabupaten Kota Pamekasan tidak hanya dari banyaknya varian pelayanan yang di tawarkan akan tetapi kehadiran Go-Jek juga dapat mempermudah pelanggannya dalam mendapatkan pelayanan yang telah di tawarkan di menu aplikasi Go-Jek, tidak sampai disitu Go-Jek juga memangkas beberapa biaya yang akan dikeluarkan oleh konsumen. Maka dari Go-Jek di Pamekasan saat ini semakin berkembang dan diminati oleh masyarakat.

d. Strategi penentuan posisi pasar (*Positioning*) Go-Jek di Pamekasan.

Market Positioning (posisi pasar) merupakan proses perancangan pesan-pesan dan kebijakan-kebijakan operasi perusahaan yang memosisikan perusahaan dan produknya pada posisi kompetitif yang diinginkan dan terpisah sehingga jelas di dalam pikiran konsumen. *Positioning* adalah tempat produk yang berbeda, jelas, dan memiliki nilai lebih secara relatif, dibanding produk pesaing di dalam benak konsumen.⁶⁶

⁶⁵ Rhenald Kasali, *Disruption.....*, hlm. 459.

⁶⁶ Eddy Soeryanto soegoto, *Entrepreneurship.....*, hlm. 111.

Positioning merupakan usaha perusahaan untuk membuat suatu produk agar dapat memberikan kesan tertentu pada pasar sasaran, sehingga perusahaan dapat menarik minat pasar dengan berbagai produk yang ditawarkan. Perusahaan menawarkan berbagai macam pilihan pelayanan dengan promo menarik, harga yang terjangkau, fasilitas serta pilihan-pilihan lainnya kepada konsumen. Selain itu perusahaan juga mendesain setiap produk pelayanan yang dimiliki dengan kualitas yang terbaik, sehingga hal tersebut dapat menciptakan kesan yang baik pada konsumen. Beberapa produk pelayanan dalam aplikasi Go-Jek yang dikeluarkan ada sekitar 17 produk layanan akan tetapi Go-Jek Pamekasan hanya menjalankan 11 dari 17 produk layanan.