

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perusahaan yang bergerak di bidang produk ataupun pada jasa berlomba-lomba untuk membuat perencanaan pemasaran yang baik. Komunikasi merupakan hal yang penting dalam hal ini karena setiap perilaku manusia adalah bentuk komunikasi. Ada perbedaan cara berkomunikasi antara komunikator kepada teman sebaya, orang tua, tetangga, atasan, bawahan atau orang yang baru dikenal, bagaimana pemilihan kata yang tepat, bagaimana posisi tubuh dan intonasi bicara. Komunikasi memahamkan seseorang untuk memahami perilaku manusia, komunikasi juga memahamkan dimana kita sedang berada. Dalam fenomena ini komunikasi menjadi hal yang tak terhindarkan karena peristiwa komunikasi dapat terjadi di mana, kapan dan oleh siapa saja.

Komunikasi sering dilakukan dalam organisasi maupun di luar organisasi, apakah organisasi tersebut berbentuk lembaga pendidikan, sering bersifat antarpribadi (*interpersonal communication*), ataupun berkelompok (*group communication*). Peristiwa komunikasi ini telah menjadi istilah umum, dimana maksud dan tujuannya adalah untuk mendeskripsikan sejumlah proses komunikasi antar manusia. Perkembangan teknologi internet yang cukup pesat memberikan perubahan sosial masyarakat. Banyak bisnis mulai bermunculan dengan memanfaatkan perkembangan teknologi informasi tersebut, salah satunya adalah

kemunculan bisnis penyedia layanan jasa berbasis aplikasi. Salah satunya, adalah kemunculan transportasi berbasis online yang ternyata dapat menjadi salah satu solusi dalam menjawab kekhawatiran masyarakat akan layanan transportasi umum.

Gojek adalah perusahaan teknik asal Indonesia yang biasanya melayani layanan angkutan melalui jasa ojek. Gojek didirikan pada 2010 di Jakarta oleh Nadiem Makarim. Gojek saat ini telah tersedia di sekitar 50 kota di Indonesia. Sampai dengan bulan Juni 2016, aplikasi Gojek ini sendiri telah banyak diunduh sebanyak kurang lebih 10 juta kali di Google Play pada sistem Android, dan juga dapat ditemukan di App Store. Gojek juga menyediakan berbagai jenis aplikasi dan juga layanan fitur lain diantaranya:

1. Gosend atau GET-Delivery, layanan transportasi barang (Tersedia di Indonesia, Thailand dan Vietnam);
2. Goride atau GET-Win GO-BIKE, layanan transportasi penumpang dengan sepeda motor (Tersedia di Indonesia, Thailand dan Vietnam);
3. Gofood atau GET-Food, layanan pemesanan makanan (Tersedia di Indonesia dan Thailand);
4. Gobox, layanan pengantaran barang berukuran besar;
5. Goclean, layanan membersihkan rumah;
6. Goglam, layanan kecantikan;
7. Gomassage, layanan pijatan;
8. Gotix, layanan pemesanan tiket;
9. Gocar, layanan transportasi penumpang dengan mobil (Tersedia di Indonesia dan Singapura);

10. Goauto, layanan montir;
11. Gomed, layanan pembelian obat;
12. Gopulsa, layanan isi pulsa elektronik;
13. Goshop, layanan belanja barang;
14. Gobills, layanan berbagai pembayaran;
15. Gopay, layanan pembayaran digital;
16. Godeals, layanan penawaran diskon;
17. Gobluetooth, layanan transportasi dengan taksi reguler Blue Bird Group (kerjasama);

Gofood merupakan salah satu dari 2 fitur yang paling banyak digemari disamping fitur utama mereka yaitu goride dan gojar, aplikasi transportasi online gojek melalui fitur gofood dan gopay diklaim menjadi platform paling banyak digunakan di Indonesia. Hal ini dibuktikan dengan jumlah order sebesar 30 juta per bulan untuk kedua fitur tersebut diterima lebih dari ratusan ribu mitra usaha di 370 kota. Chief Commercial Expansion Go-Food, Catherine Hindra Sutjahjo menjelaskan, jumlah omzet Go-Food meningkat 3,5 kali lipat sejak bergabung dengan Go-jek. Sementara pangsa pasar Go-Food telah mencapai 80 persen di seluruh Indonesia.

Fitur gofood yang dianggap dapat mempermudah proses pemesanan makanan menjadi lebih efisien, adanya kemudahan dalam mengakses aplikasi gofood juga menjadi salahsatu alasan mengapa aplikasi ini dapat dikatagorikan menjadi salahsatu yang paling banyak diakses dan juga digunakan. Aplikasi gofood berada dalam fitur aplikasi gojek yang bisa kita dapatkan dengan cara

mengunduh aplikasinya melalui Playstore untuk handphone berbasis android dan melalui Appstore untuk pengguna IOS, dimana aplikasi ini bebas diunduh oleh siapa saja tanpa dikenai biaya apapun. Setelah itu kita bisa login melalui Facebook maupun membuat akun baru dengan memasukkan beberapa informasi data diri, lalu dapat memilih fitur gofood dengan logo garpu sendok berwarna merah yang sudah terdapat didalam aplikasi gojek tersebut.

Fitur gofood menyediakan ruang obrolan untuk dapat berinteraksi dengan petugas layanan berupa pesan teks maupun telepon dan pilihan kata kata cepat yang bisa digunakan sebagai respon terhadap petugas layanan. Dalam metode pembayaran pun aplikasi ini menyuguhkan beberapa opsi seperti pembayaran secara cash yaitu dengan memberikan uang tunai secara langsung kepada petugas layanan setelah makanan tiba kepada konsumen, atau juga dapat memilih pembayaran menggunakan fitur Gopay yang berupa jenis pembayaran elektronik yang dapat digunakan diseluruh fitur yang ada pada aplikasi gojek termasuk fitur gofood ini.

Tingkat kepraktisan dalam menghemat waktu dan tenaga dalam penggunaan gofood juga merupakan salah satu alasan mengapa gofood diminati banyak konsumen. Fenomena pemesanan melalui gofood ini terjadi karena kepraktisan yang ditawarkan dalam pelayanan antar makanan yang disediakan oleh gofood, para konsumen hanya perlu menggunakan *smartphone* dan membuka fitur gofood dalam aplikasi gojek . Apalagi di era digitalisasi yang semakin berkembang pesat yang membuat para konsumen lebih memilih segala sesuatu yang dapat memudahkan dan mempersingkat waktunya, misal

untuk jam makan yang biasanya dipenuhi oleh orang-orang yang pergi ketempat makan tentu saja akan membuat tempat makan menjadi penuh dan sesak ditambah lagi perjalanan yang harus ditempuh dari rumah ke tempat makan yang diinginkan cukup membuang banyak waktu dan juga tenaga, namun dengan adanya aplikasi gojek dengan fitur gofood ini mempermudah dan mempercepat segala proses pelayanan.

Waktu yang ditempuh dalam perjalanan pun tidak akan terbuang banyak dan tenaga juga tidak akan banyak terpakai karena adanya pelayanan gofood yang tersedia, belum lagi tingginya tingkat kesibukan masyarakat yang menuntut kecepatan dan kepraktisan dalam hal apapun tak terkecuali pada pemenuhan kebutuhan pokok seperti makanan. Berkembangnya teknologi yang semakin cepat maka bidang financial dan teknologi juga semakin berkembang dengan efisien dan modern. Teknologi memudahkan kita dalam menunjang berbagai kegiatan aktifitas dalam kehidupan. Perkembangan teknologi yang semakin pesat ini tentu saja dimanfaatkan dengan sebaik baiknya contohnya dengan adanya proses pelayanan antar makanan cepat saji ini.

Driver selaku perantara antara restoran yang tersedia didalam fitur gofood memiliki peranan penting, suatu perusahaan yang dapat memberikan pelayanan yang baik kepada para konsumen akan membuat citra positif bagi perusahaan serta akan mendorong konsumen untuk menggunakan kembali jasa tersebut sehingga menimbulkan loyalitas. Memberikan pelayanan terbaik sebagai driver untuk para konsumen dapat dijadikan sebagai tolak ukur keberhasilan suatu perusahaan, karna perusahaan yang bergerak di bidang jasa harus menjual

produknya dalam sebuah bentuk kepercayaan serta pelayanan yang memuaskan akan mendapatkan *brand* yang baik pula di mata konsumen.

Pelayanan disini dapat berupa pelayanan ketika memberikan jasa, ketika menawarkan jasa, maupun pelayanan ketika terjadi resiko atas apa yang terjadi saat memberikan suatu jasa pelayanan dan sebagainya. Kualitas pelayanan yang baik saat memberikan pelayanan sebagai petugas gofood diantaranya seperti, (*tangibles*) bukti fisik, (*reliability*) keandalan, (*responsiveness*) daya tanggap, (*assurance*) jaminan, dan (*empathy*) empati. Sedangkan hambatan dalam meningkatkan kualitas pelayanan seperti kurang responsive dalam merespon orderan serta kesalahpahaman ketika berkomunikasi.

Kesalahpahaman ketika berkomunikasi memang sudah menjadi hal yang biasa. Kejadian salah paham bisa terjadi kapan saja. Ada seorang driver ojol ngomong kasar ke customer, tapi berakhir damai. Cerita tersebut diunggah oleh akun Instagram @dramaojol.id. Dalam unggahan tersebut, ada enam foto yang dilampirkan, antara lain hasil tangkapan layar percakapan antara driver ojol dan customer, hingga kiriman pesanan makanan yang sampai dengan selamat.

"Siang kak. Saya mau cerita, kejadian saya hari ini pake jasa gofood. Jadi gini, display name di aplikasi saya kan 'istrinya kim jong un'," tulis keterangan unggahan tersebut. "Saya pesen gofood, terus kebetulan nomor yang dimasukin di aplikasi lagi gak saya aktifin. Jadi yaa abangnya ngira saya order fiktif. Tapi alhamdulillah akhirnya adem karena cuma salah paham aja," lanjutnya. Melalui

ungkahan tersebut, kita mengetahui bahwa driver ojol sempat beberapa kali berkata kasar. Usut punya usut ternyata driver ojol pun menjelaskan jika pada hari tersebut ia sudah menerima tiga kali orderan fiktif. Sang *customer* pun tak menyerah begitu saja. Ia berhasil meyakinkan driver ojol bahwa ia memang benar-benar serius untuk order bukan fiktif. Akhirnya mereka berdua sama-sama melontarkan kata maaf dan sepakat untuk saling memaafkan. Pesanan makanan pun sampai dengan selamat, customer yang sabar ini pun sempat membelikan minuman ringan untuk driver ojol tersebut agar emosinya mereda. "Terus pas tadi ngasih uang buat bayar, gak ada kembalian. Jajan dulu lah di warung sebelah. Terus, sekalian aja dibeliin teh kotak buat abangnya, kasian abangnya aus, biar lebih adem dikit pala nya, dan jangan emosi ehehe....," ungkapnya.

Perubahan teknologi informasi yang berkembang cepat mengharuskan berbagai perusahaan dapat memberi solusi sesuai apa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh konsumen, sehingga konsumen akan bertahan berlangganan. Komunikasi dapat juga berperan dalam peningkatan kualitas pelayanan yang dihasilkan oleh suatu perusahaan, dalam memberikan pelayanannya kepada konsumen. Peran komunikasi berfungsi sebagai interaksi antara petugas pelayanan dan juga konsumen, dimana dalam memperlakukan konsumennya harus terjalin suatu perasaan yang baik. Sebab jika dalam pelaksanaannya terjadi hubungan yang kurang baik antara petugas pelayanan dan konsumen maka itu akan mempengaruhi citra perusahaan maupun citra individu petugas pelayanan.

Perusahaan yang ingin berkembang dan mendapatkan keunggulan kompetitif harus dapat memberikan produk berupa barang atau jasa berkualitas, dan pelayanan yang baik kepada konsumen daripada pesaingnya. Kualitas pelayanan bukan hanya ditentukan oleh pihak yang melayani saja tetapi bisa saja ditentukan oleh pihak yang dilayani.

Cara-cara pelayanan yang baik juga bisa menjadi tolak ukur suatu perusahaan untuk menarik pihak konsumen. Pelayanan adalah pendekatan yang lengkap yang menghasilkan kualitas pelayanan bagi konsumen. Kegiatan operasional bisnis dan memegang peranan penting bagi penggerak utama suatu pelayanan.

Perusahaan bersaing dalam pelaksanaan layanan melalui berbagai macam cara, teknik, dan metode yang dapat menarik banyak orang. Persaingan yang ada tidak hanya pada segi mutu dan jumlah tetapi juga dalam hal layanan, pelayananlah dijadikan persaingan makin seru dengan pengenalan yang serba cepat dan memuaskan. Memperhatikan peran layanan yang semakin menonjol maka tidak heran apabila masalah layanan mendapat perhatian besar dari masyarakat atau konsumen maupun oleh manajemen itu sendiri.

Driver pun selaku penyedia jasa pelayanan tetap harus mengkomunikasikan segala jenis kesalahpahaman yang mungkin saja bisa terjadi dilapangan dengan tidak menyinggung pihak-pihak yang bersangkutan agar tidak terjadi kasus seperti contoh di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian

“Komunikasi Pelayanan Diver Gofood” (Studi Deskriptif Kualitatif di Kota Bandung).

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, maka peneliti memformulasikan sebuah fokus penelitian sebagai berikut: “Bagaimana komunikasi pelayanan driver go-food dalam menerima pesanan”

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian tersebut, maka pertanyaan penelitian yang peneliti susun adalah:

1. Bagaimana proses komunikasi pelayanan driver go-food?
2. Bagaimana bentuk komunikasi pelayanan driver go-food?

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.4.1 Maksud Penelitian

Maksud penelitian ini untuk menjawab fokus penelitian yaitu: “Untuk Mengetahui komunikasi pelayanan driver go-food”

1.4.2 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini untuk menjawab pertanyaan penelitian yaitu:

1. Mendeskripsikan proses komunikasi pelayanan driver go-food
2. Mendeskripsikan bentuk komunikasi pelayanan driver go-food

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan memberikat manfaat akademis, yaitu:

1. Mengembangkan kajian ilmu komunikasi
2. Mengembangkan kajian ilmu komunikasi pelayanan

1.5.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat praktis yaitu

1. Sebagai sumbangan pemikiran untuk pengembangan dan bahan masukan kepada pedagang dalam peningkatan pelayanan
2. Penelitian ini dimaksud untuk menjadikan informasi-informasi yang berguna bagi para konsumen selaku pengguna layanan aplikasi
3. Menjadikan referensi bagi peneliti selanjutnya