

## **BAB II**

### **KAJIAN TEORI**

#### **A. Konsep Penjualan**

##### 1. Pengertian Penjualan

Penjualan ialah proses, cara atau perbuatan menjual.<sup>1</sup> Menjual adalah memberikan sesuatu kepada orang lain (pembeli) untuk memperoleh uang pembayaran atau menerima uang.<sup>2</sup> Aktivitas penjualan merupakan pendapatan utama suatu bisnis, jika aktivitas penjualan barang maupun jasa tidak dapat dikelola dengan baik maka secara tidak langsung dapat merugikan bisnis tersebut. Karena sasaran penjualan tidak mencapai target dan pendapatan pun akan berkurang. Penjualan merupakan salah satu aspek yang penting dalam sebuah usaha, biasanya disebut dengan salah satu kegiatan pemasaran karena penjualan adalah proses menyampaikan barang-barang kebutuhan kepada mereka

---

<sup>1</sup>KBBI, “Penjualan” <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/penjualan>, diakses pada tanggal 07 Februari 2021 Pukul 11.20 WIB

<sup>2</sup>Samsul Arifin, *Sales Management Strategi Menjual Dengan Pendekatan Personal*, (Yogyakarta : SALMA IDEA, 2020), h.2.

yang memerlukan dengan imbalan uang atau harga yang sudah di tentukan oleh penjual.

Adapun definisi penjualan menurut para tokoh, diantaranya :

- Menurut Henry Simamora (2000) menyatakan bahwa penjualan adalah lazim dalam perusahaan dan merupakan jumlah kotor yang dibebankan kepada pelanggan atas barang dan jasa.<sup>3</sup>
- Menurut Chairul Marom (2002) menyatakan bahwa penjualan artinya penjualan barang dengan sebagai usaha pokok perusahaan yang biasa dilakukan secara teratur.
- Menurut Winardi (1998) mengatakan bahwa penjualan merupakan sebuah prosed dimana kebutuhan pembeli dan kebutuhan penjual dipenuhi, melalui antar pertukaran dan kepentingan.
- Menurut Preston dan Nelson dalam Winardi (1998) penjualan berarti berkumpulnya seorang pembeli dan seorang penjual dengan tujuan melaksanakan tukar

---

<sup>3</sup>Chindy Permata Sari, "Pengaruh Penjualan Terhadap Pendapatan Pengusaha Tahu Eka Di Jalan Paus Kecamatan Marpoyan Damai Menurut Ekonomi Syariah", (Pekanbaru : UIN SUSKA RIAU, 2019), h.45. <http://www.repository.uin-suska.ac.id/23172/>, di unduh pada 8 November 2020.

menukar barang-barang dan jasa-jasa berdasarkan pertimbangan yang seharga seperti misalnya timbangan uang.<sup>4</sup>

Berdasarkan pengertian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa penjualan adalah persetujuan kedua belah pihak antara penjual dan pembeli, dimana penjual menawarkan suatu produk dengan harapan pembeli dapat menyerahkan sejumlah uang sebagai alat ukur produk tersebut sebesar harga jual yang telah disepakati. Kegiatan penjualan dapat tercipta suatu proses penukaran barang atau jasa antara penjual dan pembeli. Dalam perekonomian, seorang yang menjual sesuatu akan mendapatkan imbalan beberapa uang. Dengan alat penukaran berupa uang, orang akan lebih mudah memenuhi segala keinginannya dan penjualan akan lebih mudah dilakukan.

---

<sup>4</sup>Chindy Permata Sari, “Pengaruh Penjualan Terhadap Pendapatan Pengusaha Tahu Eka Di Jalan Paus Kecamatan Marpoyan Damai Menurut Ekonomi Syariah”....., h. 45.

## 2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penjualan

Aktivitas penjualan banyak dipengaruhi oleh faktor tertentu yang dapat meningkatkan aktivitas perusahaan, oleh karena itu manager penjualan perlu memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan. Faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan antara lain sebagai berikut:

### a. Kondisi dan Kemampuan Penjualan

Transaksi jual-beli atau pemindahan hak milik secara komersil atas barang dan jasa itu pada prinsipnya melibatkan dua pihak, yaitu penjual sebagai pihak pertama dan pembeli sebagai pihak kedua. Disini penjual harus dapat meyakinkan kepada pembelinya agar dapat berhasil mencapai sasaran penjualan yang diharapkan. Penjual harus memahami beberapa masalah penting yang sangat berkaitan dengan.

1. Jenis dan karakteristik barang yang ditawarkan
2. Harga produk

3. Syarat penjualan seperti: pembayaran, pengharataran, pelayanan, sesudah penjualan, garansi dan sebagainya.<sup>5</sup>

b. Kondisi pasar

Pasar adalah kelompok pembeli atau pihak sasaran penjual, yang dapat mempengaruhi kegiatan penjualannya.

Adapun faktor-faktor kondisi pasar yang perlu diperhatikan adalah :

1. Jenis pasar
2. Kelompok pembeli atau segmen pasar
3. Daya beli
4. Frekuensi pembeli
5. Keinginan dan kebutuhan.

Selain dari pada faktor-faktor kondisi pasar diatas, keseimbangan pasar adalah salah satu hal yang sangat penting bagi pedagang, dimana keseimbangan pasar (ekuilibrium) diartikan sebagai kondisi pembeli maupun penjual sepakat

---

<sup>5</sup>Basu Swasta, *Manajemen Pemasaran Modern*, (Yogyakarta : Liberty, 1999), h. 406

terhadap harga dan jumlah barang yang diperjualbelikan. Syarat tercapainya ekuilibrium adalah saat  $\text{demand} = \text{supply}$ .<sup>6</sup>

c. Modal

Modal maksudnya akan lebih sulit bagi penjualan barangnya apabila barang yang dijual tersebut belum dikenal oleh calon pembeli, atau apabila lokasi pembeli jauh dari tempat penjualan. Dalam keadaan seperti ini, penjual harus memperkenalkan dulu membawa barangnya ketempat pembeli. Untuk melaksanakan maksud tersebut diperlukan adanya sarana serta usaha, seperti: alat transportasi, tempat peragaan baik didalam perusahaan maupun diluar perusahaan, usaha promosi, dan sebagainya. Semua ini hanya dapat dilakukan apabila penjualan memiliki sejumlah modal yang diperlukan untuk kegiatan tersebut.

d. Kondisi Organisasi Perusahaan

Perusahaan besar biasanya masalah penjualan ini ditangani oleh bagian tersendiri (bagian penjualan) yang dipegang orang-orang tertentu/ahli dibidang penjualan.

---

<sup>6</sup>Zaini Ibrahim, *Pengantar Ekonomi Mikro*, (Serang : Media Madani, 2017), h. 28

Perusahaan mempunyai suatu kegiatan penjualan adalah kegiatan yang penting, karena dengan adanya kegiatan penjualan tersebut maka akan terbentuk laba yang dapat menjamin kelangsungan hidup perusahaan. Adapun tujuan umum penjualan yang dimiliki oleh perusahaan yaitu sebagai berikut:

- Mencapai volume penjualan tertentu
- Mendapat laba tertentu
- Menunjang pertumbuhan perusahaan.<sup>7</sup>

## **B. Konsep Gojek**

### **1. Sejarah Gojek**

Gojek merupakan sebuah perusahaan teknologi asal Indonesia yang melayani angkutan melalui jasa ojek. Perusahaan ini didirikan pada tahun 2010 di Jakarta oleh Nadiem Makarim, warga Indonesia lulusan Master of Business Administration dari Harvard Business School. Ide mendirikan gojek muncul dari pengalaman pribadi Nadiem

---

<sup>7</sup>Basu Swasta, *Manajemen Pemasaran Modern*, (Yogyakarta : Liberty, 1999), h. 404

Makarim menggunakan transportasi ojek hampir setiap hari ke tempat kerjanya untuk menembus kemacetan di Jakarta. Saat itu, Nadiem masih bekerja sebagai Co-Founder dan Managing Director Zalora Indonesia dan Chief Innovation Officer Kartuku.

Sebagai seseorang yang sering menggunakan transportasi ojek, Nadiem melihat ternyata sebagian besar waktu yang dihabiskan oleh pengemudi ojek hanyalah sekadar mangkal menunggu penumpang. Padahal, pengemudi ojek akan mendapatkan penghasilan lebih banyak bila terus mencari penumpang. Selain itu, ia melihat ketersediaan jenis transportasi ini tidak sebanyak transportasi lainnya sehingga sering kali cukup sulit untuk dicari. Ia menginginkan ojek yang bisa ada setiap saat dibutuhkan. Dari pengalamannya tersebut, Nadiem Makarim melihat adanya peluang untuk membuat sebuah layanan yang dapat menghubungkan penumpang dengan pengemudi ojek.

Pada tanggal 13 Oktober 2010, Gojek resmi berdiri dengan 20 orang pengemudi. Pada saat itu, Gojek masih



mengandalkan call center untuk menghubungkan penumpang dengan pengemudi ojek. Pada pertengahan 2014, berkat popularitas Uber kala itu, Nadiem Makarim mulai mendapatkan tawaran investasi. Pada tanggal 7 Januari 2015, Gojek akhirnya meluncurkan aplikasi berbasis Android dan iOS untuk menggantikan sistem pemesanan menggunakan call center.

## 2. Pendanaan Gojek

Gojek pertama kali mendapatkan kucuran dana dari NSI Ventures pada Juni 2015 dengan besaran dana yang tidak dipublikasikan. Pada Oktober 2015, Gojek kembali mendapatkan kucuran dana. Kali ini dari Sequoia Capital dan DST Global yang juga tidak disebutkan jumlahnya.

Pada Agustus 2016, Gojek secara resmi mengumumkan pendanaan senilai US\$550 juta atau sekitar Rp7,2 triliun dari KKR, Warburg Pincus, Farallon Capital, dan Capital Group Private Markets dan investor-investor sebelumnya. Dengan adanya pendanaan tersebut, Gojek resmi berstatus sebagai unicorn pertama di Indonesia, yaitu startup

dengan valuasi lebih dari US\$1 miliar. Pada saat itu, valuasi Gojek telah mencapai US\$1,3 miliar (sekitar Rp17 triliun).

Pada Januari 2018, Google melalui situs blog resminya mengumumkan bahwa mereka telah memberikan pendanaan untuk Gojek. Ini merupakan investasi pertama Google kepada startup di Asia. Kucuran dana tersebut merupakan bagian dari seri pendanaan yang diikuti oleh Tencent, JD, Temasek, dan Meituan-Dianping yang mencapai angka US\$1,2 miliar (sekitar Rp16 triliun). Dalam pengumumannya, Google tidak merinci besaran jumlah investasinya kepada Gojek namun sebuah sumber dari Reuters menyebutkan totalnya sekitar 100 juta dollar AS (sekitar 1,3 triliun).

Tidak lama setelah Google, pada 12 Februari 2018 Astra Internasional yang merupakan salah satu perusahaan otomotif nasional mengumumkan investasinya kepada Gojek senilai US\$ 150 juta atau sekitar Rp2 triliun. Suntikan dana tersebut merupakan investasi terbesar sepanjang sejarah Astra di sektor digital. Pada hari yang

sama, Djarum Group melalui PT Global Digital Niaga (GDN) yang merupakan anak usaha perusahaan modal ventura Global Digital Prima (GDP) milik Djarum, juga mengumumkan investasinya kepada Gojek. Dalam pengumuman tersebut. GDN tidak bersedia mengungkapkan berapa dana yang mereka investasikan ke Gojek.

Pada Juni 2020, Facebook dan PayPal turut berpartisipasi memberikan pendanaan untuk Gojek.

### 3. Akuisisi dan Investasi

Dalam upaya melakukan pengembangan aplikasinya, Gojek mengakuisisi beberapa perusahaan di India dan membuka kantor di Bengaluru, sebuah daerah yang terkenal sebagai "Silicon Valley nya India". Hubungan Gojek dengan India bermula pada April 2015, saat Gojek menyewa C42 Engineering, sebuah perusahaan rekayasa perangkat lunak selama dua bulan di Jakarta untuk membereskan kekutu (bug) dalam aplikasi mereka. Hubungan ini tercipta berkat Sequoia Capital yang merupakan salah satu investor Gojek.

Februari 2016, Gojek akhirnya mengakuisisi C42 Engineering beserta CodeIgnition, perusahaan pengembangan aplikasi di New Delhi yang sebelumnya juga pernah bekerja untuk Gojek. Kedua perusahaan teknologi ini ditugaskan membantu meningkatkan sistem IT untuk menanggulangi jumlah pengguna yang semakin banyak. Pada saat itu, pertumbuhan Gojek melaju dengan cepat. Jumlah pengunduh aplikasinya mencapai 11 juta dengan 200 ribu sopir Gojek. Pada tahun yang sama, tepatnya pada September 2016 Gojek mengakuisisi Pianta, sebuah startup lokal di India yang menyediakan layanan kesehatan seperti terapi fisik, perawat, hingga pengumpulan sampel untuk pemeriksaan di laboratorium. Menutup tahun 2016, Gojek mengakuisisi startup keempatnya di India yaitu LeftShift, perusahaan yang bergerak di bidang aplikasi Android, iOS, dan situs internet.

Gojek tidak ingin berhenti hanya sebagai perusahaan transportasi berbasis daring, namun bertransformasi sebagai sebuah perusahaan financial

technology (fintech) melalui GoPay. Pada akhir tahun 2016 Gojek mengakuisisi Ponselpay, sebuah perusahaan keuangan milik MVComerce yang telah memiliki lisensi uang elektronik (e-money) dari Bank Indonesia. Gojek membutuhkan lisensi tersebut guna mengembangkan GoPay yang telah mereka kembangkan untuk menjadi e-money.

Pada 15 Desember 2017, Gojek mengumumkan akuisisinya terhadap tiga perusahaan financial technology yaitu Kartuku, Midtrans, dan Mapan untuk mendukung ekspansi GoPay di luar ekosistem Gojek. Kartuku merupakan sebuah perusahaan Pemroses Pihak Ketiga atau Third Party Processor (TPP) dan Penyedia Layanan Pembayaran (PSP). Kartuku yang telah mengoperasikan lebih dari 150 ribu alat pembayaran di gerai luring (*offline*) dan telah bekerjasama dengan sembilan bank acquirer ini, akan difokuskan untuk pengembangan penggunaan GoPay secara luring.

Midtrans adalah salah satu perusahaan penyedia jasa pemrosesan pembayaran secara daring yang telah menjalin

kemitraan dengan bank-bank di Indonesia, maskapai penerbangan, retail e-commerce dan perusahaan-perusahaan fintech. Sementara Mapan adalah jaringan layanan keuangan berbasis komunitas yang memungkinkan penggunanya mencicil barang yang mereka ingin beli dalam katalog barang Arisan Mapan. Mapan yang telah tersedia di 100 kota tersebut difokuskan oleh Gojek untuk mengakselerasi inklusi keuangan bagi masyarakat yang belum tersentuh layanan perbankan (unbanked).

Pada 8 Agustus 2017, Gojek mengakuisisi LOKET, sebuah perusahaan yang bergerak di bidang *event management & ticketing*. LOKET menghadirkan layanan pemesanan tiket secara daring, sampai menyediakan gelang RFID untuk pengunjung acara. Langkah ini diambil Gojek untuk mendorong perkembangan fitur penjualan tiket bioskop dan acara yang telah mereka miliki melalui GO-TIX.

Pada tahun 2018, setelah sukses berekspansi ke Vietnam Gojek memperluas jaringan bisnisnya ke sektor periklanan. Kali ini, Gojek mengakuisisi Promogo,

sebuah layanan pemasangan iklan di kendaraan pada September 2018. Pada tahun 2018 pula tepatnya pada bulan Agustus, Gojek mengkonfirmasi kehadiran Goventures yang merupakan unit permodalan dari Gojek. Hal ini sama dengan apa yang dilakukan oleh pesaing terdekatnya, Grab, yang telah memiliki Grab Ventures. Pasca mengumumkan kehadiran Goventures, Gojek memberi suntikan dana kepada Kumaran, sebuah startup media daring yang berdiri sejak tahun 2016 dengan nilai investasi yang tidak disebutkan.

Januari 2019, Gojek mengakuisisi mayoritas saham Coins.ph, startup fintech asal Filipina senilai US\$72 juta atau setara dengan Rp1 triliun. Coins.ph merupakan fintech berbasis blockchain yang memiliki layanan dompet digital. Mereka telah memiliki lebih dari 100 ribu merchant yang menerima pembayaran via Coins.ph. Juli 2019, Gojek dikabarkan telah menyuntikkan dana sebesar US\$ 5 juta atau sekitar Rp70 miliar pada *startup* bernama Rebel Foods di India. Rebel Foods merupakan *startup* "cloud kitchen" yang

menjalankan pengantaran makanan dari ribuan restoran. Pasca mendapatkan suntikan dana dari Gojek, Rebel Foods juga dikabarkan akan menyiapkan bisnisnya di Indonesia. Pada September, Gojek menyalurkan dana sebesar US\$ 3 juta atau sekitar Rp42 miliar pada perusahaan fintech Pluang yang sebelumnya bernama EmasDigi.

#### 4. Ekspansi

Pada 24 Mei 2018, Gojek mengumumkan kepastiannya untuk berekspansi ke empat negara di Asia Tenggara yaitu Vietnam, Thailand, Singapura, dan Filipina. Gojek mengaku menyiapkan dana sebesar USD500 juta atau sekitar Rp7,1 triliun untuk memuluskan langkahnya tersebut. Sebulan kemudian tepatnya pada 25 Juni 2018, Gojek memperkenalkan GO-Viet di Vietnam dan GET di Thailand sebagai bagian dari ekspansinya.

Selain tidak menggunakan nama merek nya seperti yang dilakukan Uber atau Grab, Gojek juga lebih memilih menggandeng tim lokal untuk menjalankan layanannya di luar negeri dan memberi kekuatan penuh untuk menetapkan



kebijakan sesuai dengan karakteristik masing-masing negara. Namun, mereka tetap mendapatkan dukungan teknologi, pengetahuan operasional, dan pendanaan dari Gojek. Sementara itu, kedua perusahaan tersebut berperan memberikan pengetahuan tentang kondisi pasar lokal.

Pada 12 September 2018, GoViet secara resmi diluncurkan di Vietnam setelah sebelumnya mulai beroperasi di Kota Ho Chi Minh sejak 1 Agustus 2018. Pemilihan Vietnam sebagai negara pertama dari rencana ekspansi Gojek bukannya tanpa alasan. Negara ini memiliki jumlah penduduk yang cukup besar yaitu sekitar 107 juta orang dengan penetrasi internetnya sekitar 54%. GoViet dipimpin oleh Duc Nguyen yang pernah bekerja pada Uber sebagai International Launcher untuk membantu melakukan riset pasar, menjalin kemitraan, analitik pasokan, integrasi pembayaran, hubungan masyarakat, dan rekrutmen.

Setelah sukses di Vietnam dan Thailand, Gojek mulai memasuki pangsa pasar Singapura. Secara resmi, Gojek

memulai debutnya di Singapura pada 29 November 2018 dalam versi beta di wilayah terbatas yang mencakup Central Business District, Jurong East, Pungol, Ang Mo Kio, dan Sentosa. Pada 10 Januari 2019, Gojek resmi beroperasi secara menyeluruh di wilayah Singapura. Di sana, Gojek tidak menjalankan layanan GoRide lantaran Pemerintah Singapura tidak mengizinkan penggunaan sepeda motor untuk transportasi umum. Hingga akhir tahun 2019, Singapura merupakan pasar terbesar kedua Gojek setelah Indonesia yang melayani lebih dari 30 juta perjalanan sejak memasuki negara tersebut.

#### 5. Kerja sama

Gojek mengumumkan kerja sama dengan perusahaan taksi Blue Bird pada Mei 2016. Melalui kerja sama tersebut, Gojek membuatkan aplikasi untuk pengemudi Blue Bird dan mulai Januari 2017 pengemudi Blue Bird bisa menerima pemesanan dari layanan Gocar milik Gojek. Pada Maret 2017, kedua perusahaan tersebut meningkatkan kerja samanya dengan meluncurkan fitur GO-Blue Bird. Melalui fitur

tersebut, pengguna bisa langsung memesan taksi Blue Bird di aplikasi Gojek, tidak akan mendapatkan mitra pengemudi lain seperti ketika melalui Gocar. Di Singapura, Gojek juga menjalin kerjasama dengan layanan taksi lokal bernama Trans-Cab.

Pada akhir Juli 2019, Gojek mengumumkan kerja sama dengan Astra untuk melakukan uji coba motor listrik sebagai kendaraan pengemudi Gojek. Langkah ini diklaim sebagai dukungan kedua perusahaan untuk gaya hidup ramah lingkungan. Sebelumnya, Gojek dan Astra juga mengumumkan kerja sama membentuk layanan GO-Fleet yang menyediakan kendaraan baru, layanan perawatan, hingga perbaikan di bengkel resmi Astra bagi mitra pengemudi Gocar. GO-Fleet yang berdiri di bawah naungan PT Solusi Mobilitas Bangsa ini juga melakukan monetisasi melalui iklan pada badan kendaraan Gocar. Mitra pengemudi nantinya akan mendapat insentif dari pemasangan iklan ini. Sementara kompetitor utama Gojek, yaitu Grab sudah

melakukan hal ini sejak beberapa tahun sebelumnya melalui kerjasama dengan Sticlearn.

#### 6. Perubahan identitas

Pada 22 Juli 2019, Gojek meluncurkan logo dan cara penulisan korporasi baru. Ikon barunya, yang dijuluki "Solv", melambangkan transformasi Gojek dari menjadi layanan ojek daring menjadi aplikasi super yang menyediakan berbagai cara cerdas untuk menghilangkan kerepotan. Sedangkan brand Gojek yang semula ditulis **GO-JEK** diganti dengan **gojek** saja tanpa ada tanda penghubung.

Fokus layanan Gojek tak lagi pada kendaraan roda dua. Inilah yang mendorong perusahaan itu untuk mengganti logonya. Jika dulu mereka menggunakan logo pengendara motor dengan ikon sinyal di atas helmnya, kini Gojek menggunakan logo yang jauh lebih sederhana.

Logo baru bernama Solv ini digambarkan dengan lingkaran tak sempurna dengan titik pada bagian tengah. Nama Solv sendiri diambil dari kata "Solve" yang artinya menyelesaikan. Gojek merasa, ini sesuai dengan misi mereka,

yaitu menjadi "aplikasi super" yang bisa menyelesaikan berbagai masalah pelanggan.<sup>8</sup>

## 7. Pusat Gojek

Gojek beroperasi di banyak kota besar dan menengah di Indonesia, dan juga di daerah pedesaan di Indonesia;

Gojek meluncurkan layanan ride-hailing di Singapura pada 10 Januari 2019 sebagai bagian dari "peningkatan fase beta". Presidennya, Andre Soelistyo, mengatakan bahwa pihaknya berkomitmen untuk "mengembalikan pilihan ke pasar ride-hailing di Singapura". Pada Februari 2019, Gojek Singapura menunjuk konsultan manajemen dan pendaki gunung Lien Choong Luen sebagai GM operasinya di Singapura.

## 8. Internasional

Gojek memiliki kantor di Singapura, dengan kemampuan ilmu data dan teknik, dan Bangalore, India, yang dibuat dengan akuisisi C42 dan CodeIgnition, dan berfokus pada produk, teknik, dan desain.

---

<sup>8</sup> "Sejarah Gojek", <https://www.gojek.com/id/id/>, di akses pada tanggal 22 Oktober 2021, pukul 11.40.

Pada Mei 2018, Gojek mengumumkan menginvestasikan \$500 juta dalam strategi ekspansi internasionalnya ke Vietnam, Thailand, Singapura, dan Filipina, dimulai dengan ride-hailing, kemudian mereplikasi model bisnis multi-layanan lebih lanjut di Indonesia. Perusahaan-perusahaan ini akan dijalankan oleh tim pendiri lokal, dengan Gojek memberikan dukungan dan keahlian teknologi.

Menjelang masuknya GoJek ke pasar rideshare Filipina, GoJek telah mengakuisisi saham mayoritas di dompet seluler Coins.Ph.

## 9. Produk

Go-Pay adalah layanan e-wallet terbesar keempat di Indonesia, di belakang pemberi pinjaman terbesar di Indonesia; e-Money Bank Mandiri , Flazz Bank Central Asia , dan T-Cash perusahaan telekomunikasi Telkomsel. Pada bulan Oktober 2017 transaksi Go-Pay merupakan 30 persen dari keseluruhan transaksi e-money di Indonesia. Pada tahun yang sama, layanan tersebut mendapatkan penghargaan

sebagai perusahaan Fintech paling proaktif untuk mendukung Gerakan Nasional Tanpa Uang Tunai oleh bank modal. Pada Mei 2017, layanan tersebut memperoleh lisensi dari bank sentral untuk menggunakan pemindaian Kode QR untuk pembayaran.

- GoRide, layanan ojek online pertama di Indonesia. Per Mei 2018, Gojek memiliki lebih dari 1.000.000 armada.
- Go-Car, layanan ride-hailing untuk mobil.
- Go-Blue Bird memungkinkan pelanggan untuk meminta taksi Blue Bird di aplikasi. Tidak seperti tarif tetap yang dikenakan oleh Go-Car, ini adalah layanan taksi meteran.
- GoFood, layanan pesan-antar makanan instan dengan lebih dari 250.000 merchant di seluruh Indonesia.
- Go-Food Festival merupakan konsep rantai food court offline dari Go-Food yang menjual makanan dan minuman dari merchant Go-Food. Telah dibuka di kota-kota besar di Indonesia seperti Surabaya, Makassar, dan Palembang dan dengan lebih dari 15 toko di seluruh

negeri, telah menjadi konsep rantai food court dengan jaringan paling baik di Indonesia.

- Go-Mart menawarkan belanja bahan makanan berbasis aplikasi di supermarket yang terdaftar di aplikasi Gojek.
- Go-Shop, mirip dengan Go-Mart, memungkinkan pelanggan untuk membeli barang dari toko yang tidak terdaftar di Go-Mart.
- Go-Send adalah layanan kurir on-demand untuk mengirim barang dan dokumen tanpa batasan jarak dalam satu zona pengiriman.
- Go-Box mirip dengan Go-Send, untuk memindahkan barang berukuran besar menggunakan truk pikap, truk berporos tunggal, dan truk boks berporos tunggal.
- Go-Tix adalah layanan penjualan tiket hiburan berbasis aplikasi.
- Go-Med, layanan pengantaran obat berbasis aplikasi, bermitra dengan HaloDoc dalam fitur “Apotik Antar”.
- Go-Massage memungkinkan pelanggan untuk meminta tukang pijat pribadi.



- Go-Clean, layanan pembersihan rumah profesional berbasis aplikasi.
- Go-Glam, penata rambut pribadi berbasis aplikasi, perawatan kuku, waxing, dan layanan wajah.
- Go-Auto, perawatan otomatis berbasis aplikasi untuk perawatan, termasuk pencucian mobil, serta perbaikan darurat.
- Go-Pulsa, layanan isi ulang pulsa berbasis aplikasi. Go-Pulsa hanya dapat dibayar dengan Go-Pay.
- Go-Bills adalah layanan pembayaran tagihan listrik PLN, pembelian token listrik PLN, dan pembayaran premi asuransi BPJS.
- Go-Points adalah program loyalitas dari Gojek. Pengguna menerima token untuk setiap transaksi dan dapat menebus dengan hadiah melalui aplikasi.
- Go-Play & Go-Studio: Perusahaan mengumumkan rencana untuk terjun ke bisnis konten online dengan Go-Play sebagai penyedia streaming video, dan Go-

Studio sebagai rumah produksi mereka. GoPlay resmi meluncurkan layanan mereka pada September 2019

- Go-Pertamina – layanan pengiriman bahan bakar sesuai permintaan yang bermitra dengan Pertamina , membawa bahan bakar ke pengguna dari SPBU Pertamina terdekat.
- Go-Nearby adalah layanan direktori yang menghubungkan merchant Go-Food dengan pelanggan Go-Jek.
- GoRide dan GoCar Protect+: Perusahaan mengumumkan rencana untuk menambah layanan baru yang menawarkan keamanan yang lebih baik kepada pengguna

## 10. Budaya Kerja

### ▪ Karyawan

Gojek memiliki lebih dari 3.000 karyawan, termasuk 210 insinyur di tiga kantor pusatnya yang berbasis di Jakarta, kantor ilmu data di Singapura, dan fasilitas teknik di India. Perusahaan mengumumkan investasi \$500 juta untuk ekspansi di Asia Tenggara, dimulai dengan layanan ride-hailing di 4 negara baru pada

pertengahan 2018. Ekspansi ini akan menambah jumlah mitra yang ada, yang per Mei 2018 mencakup armada lebih dari 1.000.000 pengemudi, 125.000 pedagang untuk Go-FOOD, dan 30.000 profesional untuk Go-MASSAGE, Go-GLAM, Go-CLEAN mereka dan layanan Go-AUTO.

Akibat pandemi, Gojek harus memberhentikan 430 karyawan pada Juni 2020.

- Tempat kerja

Kantor pusat Gojek di Jakarta mengubah mal lama menjadi ruang kerja modern dengan bioskop, ruang bermain dengan permainan arcade dan meja biliard, serta kafe kantor dan ruang tidur siang.<sup>9</sup>

## C. Konsep Pendapatan

### 1. Pengertian Pendapatan

Pengertian Pendapatan Dalam kamus besar bahasa Indonesia pendapatan adalah hasil kerja (usaha atau

---

<sup>9</sup>“Sejarah Gojek”, <https://www.gojek.com/id/id/>, di akses pada tanggal 22 Oktober 2021, Pukul 11.40.

sebagainya).<sup>10</sup> Pengertian pendapatan adalah total penerimaan (Uang dan Bukan Uang) seseorang atau suatu rumah tangga selama periode tertentu. Pendapatan Merupakan Konsep Aliran (flow concept).<sup>11</sup>

Menurut Sukirno (2000) pendapatan merupakan unsur yang sangat penting dalam sebuah usaha perdagangan, karena dalam melakukan suatu usaha tentu ingin mengetahui atau jumlah pendapatan yang diperoleh selama melakukan usaha tersebut. Peningkatan pendapatan dalam suatu kegiatan usaha yang telah dilakukan dalam periode tertentu sangatlah penting bagi para pengusaha ataupun perusahaan. Tingkat pendapatan ini adalah salah satu tujuan didirikannya sebuah usaha.<sup>12</sup>

---

<sup>10</sup>KBBI, “Pendapatan”, <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/pendapatan>, Diakses pada Tanggal 2 Mei 2021 Pukul 10.00 WIB.

<sup>11</sup>Pratama Raharda Dan Mandala Manurang, *Teori Ekonomi Mikro Suatu Pengantar*, (Jakarta : Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 2006), h.292.

<sup>12</sup>Pratiwi Esti Palupi, dkk, “PERAN EKONOMI KREATIF DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN PEDAGANG (STUDI KASUS PADA PASAR YOSOMULYO PELANGI)”, Lampung : *Jurnal Akuntansi AKTIVA*, Vol. 2, No. 1, (April 2021), h. 257. <https://www.scholar.ummetro.ac.id/index.php/aktiva/article/view/894>, di unduh pada 21 Januari 2021.

## 2. Jenis jenis pendapatan

### a) Pendapatan Penghasilan

Jika Anda memiliki pekerjaan dan menerima gaji, Anda menghasilkan uang melalui penghasilan yang diperoleh. Itu sama saja seperti Anda menukar waktu dan tenaga dengan uang. Misalnya, ketika Anda bekerja sebagai karyawan sebagai perancang web, kasir toko kelontong, atau petugas kepolisian, Anda akan dibayar sejumlah uang yang telah ditentukan untuk melakukan pekerjaan dalam waktu tertentu.

### b) Pendapatan Portofolio

Pendapatan portofolio bisa didapatkan melalui capital gain. Sebagai contoh, ketika seseorang membeli saham di perusahaan dengan harga tertentu, mereka berencana untuk menjual saham yang sama dengan harga yang lebih tinggi di masa depan. Jadi, jika mereka membeli saham pada \$ 10 hari ini, dan harganya naik menjadi \$ 40 ketika mereka menjual saham itu, mereka mendapat \$ 30 dalam capital gain. Selisih antara harga beli dan harga jual merupakan keuntungannya.

c) Pendapatan Pasif

Pendapatan pasif adalah pemasukan yang berasal dari usaha seperti properti yang disewakan, kerjasama dengan perusahaan di mana seseorang tidak terlibat secara aktif. Seperti halnya pendapatan aktif, pendapatan pasif biasanya dikenakan pajak.

d) Pendapatan Royalti

Pendapatan ini merupakan imbalan dari seseorang setelah menggunakan ide, atau karya anda. Namun pendapatan ini tidak akan sebesar ketika menggunakan ide atau karya Anda. Misalnya, jika Anda memiliki sebuah desain yang digunakan oleh perusahaan, Anda akan mendapatkan pendapatan royalti untuk mereka.

Jenis pendapatan menurut cara perolehannya:

- 1) Pendapatan kotor adalah Pendapatan yang diperoleh sebelum dikurangi pengeluaran dan biaya lain.

- 2) Pendapatan bersih adalah pendapatan yang diperoleh setelah dikurangi pengeluaran dan biaya lain.<sup>13</sup>

#### D. Penelitian terdahulu yang relevan

Penelitian terdahulu yang dianggap relevan oleh peneliti atau telaah pustaka memuat hasil-hasil penelitian sebelumnya, dengan maksud untuk menghindari duplikasi. Disamping itu, untuk menunjukkan bahwa topik yang diteliti belum pernah diteliti oleh peneliti lain dalam konteks yang sama serta menjelaskan posisi peneliti yang dilakukan oleh yang bersangkutan.

**TABEL 2.1**  
**PENELITIAN TERDAHULU**

No	Peneliti	Judul	Metode	Perbedaan Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Skripsi, Chindy Permata Sari (2019)	Pengaruh Penjualan Terhadap Pendapatan	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif,	Perbedaan dalam penelitian ini dari segi variabel (x) dimana pada	Dari hasil penelitian berdasarkan uji regresi linier

<sup>13</sup>Raharja Adisasmita, *Pembangunan Kawasan dan Tata Ruang*, (Yogyakarta : Graha Ilmu 2010), h. 26.

	<p>peneliti UIN SUSKA RIAU</p>	<p>Pengusaha Tahu Eka Di Jalan Paus Kecamatan Marpoyan Damai Menurut Ekonomi Syariah</p>	<p>dengan analisis data yang digunakan melalui spss adalah uji asumsi klasik, dan uji analisis regresi linear sederhana.</p>	<p>penelitian terdahulu variabel (x) nya hanya penjualan sedangkan dalam penelitian ini variabel (x) nya adalah penjualan online.</p>	<p> sederhana yaitu <math>Y = 0,326 + 1,050X</math>  yang berarti bahwa  variabel X  (penjualan)  memiliki  pengaruh yang  positif terhadap  pendapatan.</p>
2.	<p>Skripsi, Sri Afidah (2012) Peneliti IAIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten</p>	<p>Respon Perilaku Konsumen Terhadap Pelayanan Dan Pendapatan Pada Rumah Makan Siap Saji.</p>	<p>Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dengan data primer dan metode analisis regresi linear sederhana.</p>	<p>Perbedaan dalam penelitian ini adalah menggunakan data sekunder sedangkan penelitian terdahulu menggunakan data primer.</p>	<p>Dari hasil penelitian berdasarkan uji regresi linier sederhana yaitu <math>Y = 44,886 + 0,076X</math>  yang berarti bahwa  variabel X  (Pelayanan) sangat  berpengaruh  terhadap</p>



					pendapatan.
3.	Jurnal, Rizky Andika, Sindi Pratiwi ,Aswatun Anisa, Salsabilah Aisyah Putri (2020) peneliti Jurnal Ekonomi Islam	Dampak Covid-19 Terhadap Pendapatan Pedagang Mikro Pada Pasar Tradisional	Penelitian ini metode yang digunakan berupa metode kualitatif dengan data- data yang berbentuk kata-kata, menjelaskan bagaimana dampak covid 19 terhadap pasar tradisional yang dari pedanpatannya berkurang dan lain sebagainya	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah mengenai metodenya. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif sedangkan penelitian terdahulu menggunakan metode kualitatif.	Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa dampaknya covid 19 terhadap pasar tradisional sangat berpengaruh dari segi berkurangnya konsumen yang datang karena ketakutnya warga sehingga membuat pasar sepi, hingga penurunan pendapatan para pedagang di pasar tradisional.
4	Skripsi, Mauliyando	ANALISIS PENDAPATAN	Penelitian ini menggunakna	Perbedaan dalam penelitian ini	Hasil penelitian ini menunjukkan

	Dwi Putra	WARUNG MAKAN SESUDAH DAN SEBELUM MENGUNAK AN LAYANAN ONLINE FOOD DELIVERY ORDER DI DESA MULYOAGUN G KABUPATEN MALANG	metode deskriptif dengan jumlah data 28 orang. Menggunakan data primer dengan teknik pengumpulan data berupa kuisisioner, wawancara, dan dokumentasi sebagai sumber pendukung.	adalah menggunakan data sekunder dengan metode kuantitatif. sedangkan penelitian terdahulu menggunakan data primer dengan teknik pengumpulan data berupa kuisisioner, wawancara dan dokumentasi yang bersifat deskriptif.	bahwa uji beda paired sample t test pada tingkat pendapatan mendapatkan nilai thitung sebesar 5,869. Nilai thitung > nilai ttabel 2,052, sehingga dapat diputuskan menolak H0 dan menerima H1. Maka dapat disimpulkan, terdapat perbedaan pendapatan yang signifikan sesudah dan sebelum menggunakan layanan online food
--	-----------	---	---	--	---

					delivery order di Desa Mulyoagung Kabupaten Malang.
5	Jurnal, Maya Intan Pratiwi	DAMPAK COVID-19 TERHADAP PERLAMBATAN EKONOMI SEKTOR UMKM	Penelitian ini metode yang digunakan berupa metode kualitatif dengan data- data yang berbentuk kata- kata, yang menjelaskan dampak covid- 19 yang memperlambat ekonomi dalam sektor UMKM.	Perbedaan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode kuantitatif sedangkan penelitian terdahulu menggunakan metode kualitatif .	Dalam penelitian ini Pemerintah telah mengeluarkan beberapa kebijakan terkait perlambatan ekonomi akibat wabah Covid-19 yaitu dengan memberikan insentif di sektor pariwisata, menambah hari cuti bersama, dan keringanan pembayaran utang bagi pelaku UMKM.