

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Definisi Konsep**

##### **2.1.1 Pengertian strategi**

Strategi adalah yang berasal dari kata Yunani *strategia* yang berarti ilmu perang atau panglima perang. Berdasarkan pengertian ini, maka strategi adalah suatu seni merancang operasi di dalam peperangan. *Strategia* dapat pula diartikan sebagai suatu keterampilan mengatur suatu kejadian atau peristiwa dan juga untuk mencapai suatu tujuan.

Menurut seorang driver yang bernama Yudha Kusuma Adi Winata di Kota Pontianak, ia menjelaskan bahwa strateginya menjadi seorang driver ialah strategi merupakan tindakan yang harus senantiasa meningkat dan terus-menerus berusaha, berdasarkan sudut pandangnya tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan. Dengan demikian strategi selalu di mulai dari apa yang dapat terjadi dan bukan dimulai dari apa yang terjadi. Terjadinya kecepatan inovasi pasar yang baru dan perubahan pola konsumen memerlukan kompetensi inti. Perusahaan perlu mencari kompetensi inti di dalam bisnis yang dilakukan.

Selanjutnya menurut Tull dan Kahle dalam Tjiptono (2006: 6) mendefinisikan strategi pemasaran sebagai alat fundamental yang direncanakan untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan melalui pasar yang dimasuki dan program pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar sasaran tersebut.

Dan pengertian strategi pemasaran menurut Sutrisno, dkk (2003: 26) adalah Pendekatan pokok yang akan digunakan oleh unit bisnis dalam mencapai sasaran yang telah ditetapkan terlebih dahulu di dalamnya tercantum keputusan-keputusan pokok mengenai target pasar, penempatan produk di pasar, bauran pemasaran dan tingkat biaya pemasaran yang diperlukan.

Strategi juga ilmu dan seni menggunakan semua sumber daya bangsa-bangsa untuk melaksanakan kebijaksanaan tertentu dalam perang dan damai. Lalu definisi dari strategi adalah cara untuk mencapai sebuah tujuan jangka panjang.

### **2.1.2 Strategi Berbisnis Online**

Strategi bisnis terdiri dari dua kata, yaitu strategi dan bisnis. Strategi (Setiawan, 2014) secara etimologi berasal dari kata *statos* yang berarti militer dan *ag* yang berarti memimpin, sehingga secara etimologi strategi berarti memimpin militer/perang. Secara terminologi strategi memiliki berbagai macam pengertian sesuai dengan bidang terkait, tapi secara umum strategi merupakan sesuatu yang dirancang dan disiasati secara cermat agar memberikan hasil dan keuntungan (Wahyudi, 1996:20). Sedangkan bisnis bisa diartikan sebagai usaha, dagang dan bekerja untuk mencari keuntungan. Maka, dapat difahami strategi bisnis merupakan rancangan atau siasat dagang untuk mencari keuntungan.

Kesimpulannya bahwa strategi bisnis adalah cara untuk mencapai tujuan jangka panjang dalam usaha dagang, usaha komersial di dunia perdagangan atau bidang usaha yang meliputi aktivitas produksi dan penjualan barang-barang dan

jasa-jasa yang diinginkan oleh konsumen guna memperoleh profit (Qomariyah, 2019).

### **2.1.3 Fungsi Straregi Pemasaran**

Pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingan.

Setiap fungsi memberikan kontribusi tertentu pada saat penyusunan strategi pada level yang berbeda. Pemasaran merupakan fungsi yang memiliki kontak paling besar dengan lingkungan eksternal, padahal perusahaan hanya memiliki kendali yang terbatas terhadap lingkungan eksternal. Oleh karena itu pemasaran memainkan peranan penting dalam pengembangan strategi.

### **2.1.4 Cara Kerja**

Media sosial merupakan salah satu cara yang ampuh untuk mempromosikan produk barang dan jasa yang kita miliki melalui internet marketing. Caranya mudah sederhana tetapi memiliki efek yang luar biasa. Selain itu, social media marketing adalah teknik atau taktik marketing yang menggunakan social media sebagai sarana untuk mempromosikan suatu produk (link halaman website bisnis online) atau suatu jasa, atau produk lainnya secara lebih spesifik. Social media marketing lebih kepada pembangunan dan pemanfaatan area media sosial sebagai sarana atau tempat untuk membangun target pasar dari bisnis online.

Dalam pembangunan social media marketing perlu diingat bahwa pebisnis harus membangun kelompok atau target pasar dengan sikap saling menghormati dan selalu berkomunikasi dengan target pasar.

Ada beberapa social media marketing yang populer dikalangan masyarakat, seperti Facebook, Twitter, Pinterest, Reddit, Youtube, Myspace, Digg, Google Plus, LinkedIn, Instagram dan masih banyak lainnya. Di setiap sosial media yang digunakan memiliki tata cara pemakaian yang berbeda-beda, seperti Instagram misalnya yang hanya dapat membagikan foto dan video yang dapat di isi dengan link, keterangan, tag dan hastag. Lain halnya dengan Facebook yang memiliki beragam fitur yang dapat dimanfaatkan, seperti pembuatan Fanpage, Group, Status Video, Status Link, Status Foto dan lainnya.

Teknik social media marketing harus dilakukan oleh para pemilik website dan bisnis online, dikarenakan teknik social media marketing lebih mudah, murah dan efisien. Cara kerja social media marketing adalah dengan membangun area pasar dan link website bisnis online yang dibagikan ke berbagai media sosial. Link yang telah dibagikan mampu memberikan dampak untuk menjaring banyak pengunjung baru yang tertarik dan mungkin saja akan menjadi pengunjung tetap dari website bisnis online tersebut (Evans, Dave. Mckee, Jake. 2013:54-56).

## **2.2 Teori**

Setiap penelitian selalu menggunakan teori. Rustian Kamaludin (2003: 13) dalam Hamidah (2017), mengungkapkan bahwa transportasi berasal dari kata Latin, *transportare* dimana *trans* berarti seberang atau sebelah lain dan *portare* berarti

mengangkut atau membawa. Jadi, transportasi berarti mengangkut atau membawa (sesuatu) ke sebelah lain atau dari suatu tempat ke tempat lainnya. Dengan demikian, transportasi adalah sebagai usaha dan kegiatan menyangkut atau membawa barang dan penumpang dari suatu tempat ke tempat lainnya.

Menurut Annor (2016: 1), definisi ojek menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah sepeda motor ditambangkan dengan cara memboncengkan penumpang yang menyewa. Ojek merupakan sarana transportasi darat yang menggunakan kendaraan roda dua dengan berpelat hitam, untuk mengangkut penumpang dari satu tujuan ke tujuan lainnya kemudian menarik bayaran.

### **2.2.1 Definisi Kesejahteraan Ekonomi**

Teori kesejahteraan ekonomi adalah bagian dari kesejahteraan social yang dapat dikaitkan secara langsung maupun tidak langsung dengan pengukuran uang. Kesejahteraan dapat di dekati berdasarkan dua yaitu, kesejahteraan subjektif dan kesejahteraan objektif, menurut Pigou (dalam Sumitro 1994, 33). Kesejahteraan bagi tingkat individu, keluarga, dan masyarakat, pada tingkat individu, perasaan bahagia atau sedih, kedamaian atau kecemasan jiwa, dan kepuasan atau tidak kepuasan merupakan indicator subjektif dari kualitas hidup. Pada tingkat keluarga, kecukupan kondisi perumahan (dibandingkan standar), yaitu seperti ada tidaknya air bersih merupakan contoh indikator objektif. Pada tingkat masyarakat, beberapa contoh dari indikator objektif antaranya adalah angka kematian bayi, angka pengangguran dan tuna wisata. Kesejahteraan subjektif diukur dari tingkat

kebahagiaan dan kepuasan yang di rasakan oleh masyarakat. Pendekatan ini diukur dari kesejahteraan yang banyak digunakan di negara maju termasuk Amerika Serikat.

### **2.2.2 Definisi Transportasi**

Pengertian transportasi berasal dari bahasa latin yaitu *transportare*, dimana *trans* berarti seberang atau sebelah lain dan *portare* yang berarti pengangkutan transportasi berarti pengangkutan atau membawa sesuatu kesebelah lain suatu tempat ke tempat lain melalui jalur darat. Transportasi sebagai dasar untuk perkembangan ekonomi dan perkembangan masyarakat serta pertumbuhan industrialisasi.

Dengan adanya transportasi menyebabkan, adanya spesialisasi atau pembagian pekerjaan menurut keahlian sesuai dengan budaya, adat istiadat, dan budaya suatu bangsa atau daerah. Transportasi atau pengangkutan merupakan bidang kegiatan yang sangat penting dalam kehidupan masyarakat Indonesia karena pentingnya transportasi bagi masyarakat Indonesia disebabkan oleh beberapa faktor antara lain, keadaan geografis Indonesia yang terdiri dari ribuan pulau kecil dan besar, perairan yang terdiri dari sebagian besar laut, sungai dan danau yang memungkinkan pengangkutan dilakukan melalui darat, perairan, dan udara guna menjangkau seluruh wilayah Indonesia. Dalam sistem transportasi nasional (Kepmen No 49 Tahun 2005) meliputi sub-sub sektor transportasi jalan, kereta api, sungai, dan danau, penyeberangan, laut, udara, dan pipa.

### 2.3 Hasil Penelitian Yang Relevan

Penelitian ini mengangkat topik tentang “Strategi Gojek online dalam meningkatkan ekonomi keluarga di Kota Pontianak”. Berdasarkan eksplorasi penelitian yang dilakukan dalam kajian kepustakaan, ditemukan dua tulisan yang cukup relevan dengan topik penelitian yaitu:

Pertama adalah skripsi NUR ALIYAH (Aliyah et al., 2019) jurusan Pendidikan ilmu pengetahuan sosial Fakultas Ilmu Tabriyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta 2019, yang berjudul Dampak Keberadaan Gojek Terhadap Ekonomi Masyarakat di Kelurahan Pisang Ciputat Timur Tangerang Selatan. Yang mana permasalahan tentang bagaimana keberadaan Go-jek online di wilayah kelurahan pisang ciputat timur dalam penggunaan go-jek.

Kedua adalah penelitian yang dilakukan oleh Aprima Syafrino (2017) dari Departemen Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Manajemen Institut Pertanian Bogor (ITB) dengan judul penelitian “Efisiensi dan Dampak Ojek Online (daring) Terhadap Kesempatan Kerja dan Kesejahteraan”. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengkaji mengenai efisiensi ojek online (daring) dalam aspek transportasi umum, kemudian mengkaji mengenai keberadaan ojek online (daring) terhadap pembukaan lapangan kerja baru dengan subjek penelitian yaitu drever (pengemudi) dari tiga perusahaan yaitu Gojek, Grab, dan Uber dengan mengambil studi kasus di Kota Bogor.

Berdasarkan kedua penelitian terdahulu diatas, menunjukkan perbedaan dan kesamaan terhadap penelitian yang peneliti kaji, yaitu:

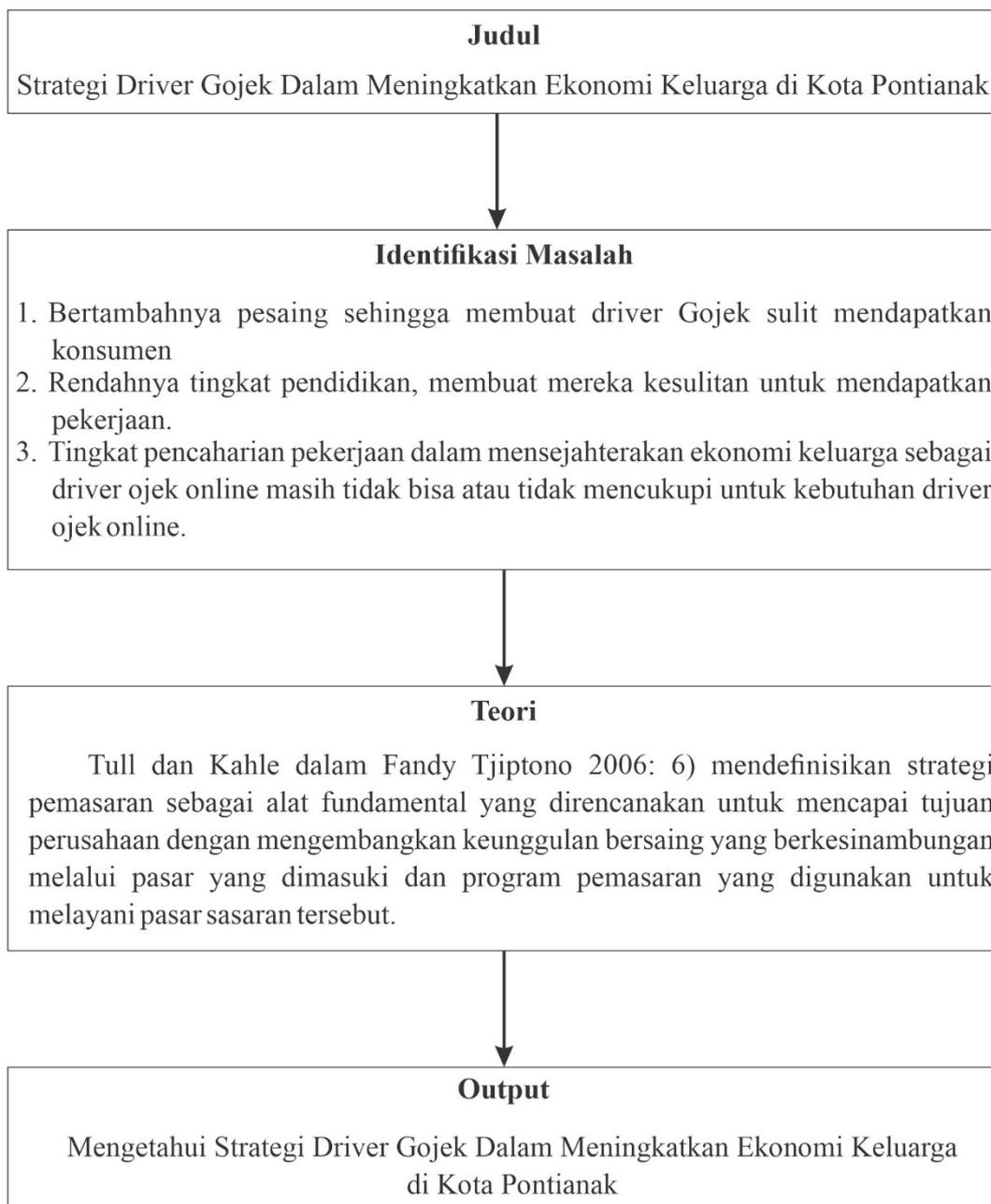
1. Penelitian yang dilakukan oleh Nur Aliyah tidak terlalu banyak menunjukkan perbedaan, karena pada konteksnya penelitian Nur Aliyah dengan penelitian yang dilakukan peneliti lakukan sama-sama mengkaji mengenai gojek online dalam meningkatkan ekonomi keluarga, sedikit perbedaannya yaitu penelitian yang dilakuka oleh Nur Aliyah mengkaji mengenai dampak keberadaan gojek terhadap ekonomi masyarakat.
2. Peneliti yang kedua dilakukan oleh Aprima Syafrino tidak terlalu banyak menunjukkan perbedaan, karena pada konteksnya penelitian Aprima Syafrino dengan penelitian yang dilakukan peneliti lakukan sama-sama mengkaji mengenai gojek online dalam meningkatkan ekonomi keluarga, sedikit perbedaannya yaitu penelitian yang dilakuka oleh Aprima Syafrino mengkaji mengenai Efisiensi dan Dampak Ojek Online Terhadap Kesempatan Kerja dan Kesejahteraan.

#### **2.4 Alur Pikir Peneliti**

Alur pikiran dalam penelitian ini Strategi Gojek Online Dalam Meningkatkan Ekonomi Masyarakat di Kota Pontianak. Karena transportasi merupakan kebutuhan yang sangat dibutuhkan pada saat ini, hal tersebut terjadi dikarenakan mobilitas penduduk yang semakin meningkat.

Dengan transportasi dapat mempermudah dalam mobilitas penduduk untuk memenuhi kebutuhannya sehari-hari. Ketergantungan masyarakat terhadap transportasi bisa dikatakan tinggi, hal ini memicu semakin meningkatnya jumlah transportasi baik itu transportasi umum maupun pribadi.

Kondisi masyarakat yang ada di Kota Pontianak saat ini, masih banyak kita temui pengangguran atau susahny mencari lapangan kerja swasta maupun pegawai negeri. Hadirnya ojek online tidak hanya menjadi sarana transportasi yang digunakan saat ini namun masih banyak lagi sarana transportasi lainnya, namun ojek online menjadi sumber mata pencaharian ekonomi di sektor informal bagi sebagian masyarakat Kota Pontianak. Banyak sekali kita melihat masyarakat memilih bekerja menjadi driver ojek online untuk kebutuhan ekonomi, salah satunya adalah sedikitnya jumlah lapangan pekerjaan yang tersedia saat ini di Kota Pontianak. Sehingga pekerjaan ojek online menjadi pilihan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan ekonomi sendiri dan kebutuhan keluarga di Kota Pontianak ini. Bekerja sebagai ojek online sendiri tentunya memiliki kesulitan tersendiri yang berbeda sama sekali tidak seperti pekerjaan lainnya.



**Bagan 2.1** Alur Pikir Penelitian

## **2.5 Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian yang ada, maka pertanyaan dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana permasalahan yang dihadapi driver Gojek online dalam meningkatkan konsumen ?
2. Bagaimana strategi driver Gojek online dalam meningkatkan konsumen ?