

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perempuan dalam sejarah manusia selalu di pandang rendah dan lemah. Mereka tidak dihargai layaknya laki-laki, terutama yang berkaitan dengan seksualitas dan produktifitas ekonomi. Ironisnya, ketertindasan ini dialami oleh perempuan di dalam rumah tangganya dan oleh orang-orang dekatnya sendiri. Kaum perempuan yang dalam kesehariannya menghabiskan waktu untuk urusan dapur, mulai dari mengatur menu, berbelanja, memasak, hingga membenahi kembali peralatan dapur (mencuci, membersihkan dan menyiapkannya kembali) merupakan hal yang telah menjadi budaya.

Namun disisi lain yang nampak sebagai fenomena sosial masa kini adalah perempuan yang mampu menjadi “pekerja” perannya sering tidak dihargai. Kiprah perempuan di dunia publik saat ini tidak lagi menjadi pemandangan yang langka. Di berbagai sektor, termasuk yang pada umumnya didominasi laki-laki pun, kita menemukan keterlibatan para perempuan.

Terbukanya lapangan dan peluang kerja yang tidak lagi ketat dengan kriteria gender, kemajuan di bidang pendidikan, kemiskinan yang dialami sebagian besar keluarga, dan lain-lain, merupakan faktor-faktor yang sangat berperan meningkatkan jumlah perempuan yang berkiprah di ranah publik. Menariknya, kesuksesan perempuan dalam menjalankan tugasnya tidak kalah dengan laki-laki. Perempuan sekarang semakin banyak memiliki kesempatan untuk bekerja sesuai bakat ataupun minat mereka yang mana tidak dibatasi oleh status gender. (dalam Salmah Intan, 2014:3)

Teknologi informasi dan komunikasi adalah salah satu yang memiliki tingkat perkembangan yang cukup pesat dan saat ini dunia berada pada era informasi dimana informasi memegang peranan penting dalam aspek kehidupan. Manusia menciptakan teknologi dengan tujuan agar apa yang dikerjakan dengan bantuan teknologi menjadi lebih mudah dan lebih efisien dalam penggunaannya. (dalam Firly Aviliani, 2018:1)

Internet saat ini sudah sangat mempengaruhi kehidupan interaksi masyarakat dunia pada umumnya dan masyarakat Indonesia khususnya, saat ini bisnis-bisnis serba online dan industri di bidang perdagangan beralih menjadi industri belanja *online*, kini setiap kebutuhan yang diperlukan di setiap sendi masyarakat berupa layanan aplikasi digital *online*. Termasuk industri transportasi berbasis *online*. Saat ini sedang terjadi sebuah revolusi kreatif di bidang layanan transportasi. Semuanya dipelopori oleh gadget, alat komunikasi yang saat ini mengalami perkembangan yang sangat pesat, semua telah terakomodasi dalam satu genggam saja.

Kini kita tinggal menekan tombol pada layar *smartphone*, transportasi online langsung datang menemui kita dan siap mengantarkan sesuatu dengan tujuan dan tanpa perlu negosiasi masalah tarif, oleh karena itu mereka beralih kepada transportasi online yang telah terorganisir dan lebih terkini, misalnya *Uber*, *Gojek*, dan *Grab* online yang saat ini menjadi sorotan masyarakat.

Uber, *Go-Jek*, dan *Grab* adalah penyedia jasa transportasi online yang terintegrasi dengan *smartphone* kita. Bisa melakukan pembayaran juga via aplikasi, bahkan *Uber* dan *Go-Jek* bisa digunakan untuk mengirim barang atau *delivery* makanan. *Uber* dan *Go-Jek* telah mewarnai transportasi di berbagai kota-kota besar di Indonesia contohnya di Surabaya.

Walaupun sempat terjadi konflik antara *Uber* dan *Gojek* dengan ojek pangkalan, diakibatkan penumpang ojek pangkalan berkurang karena pelanggannya beralih ke jasa ojek virtual atau *Uber* dan *Gojek*. *Uber* dan *Gojek* lahir karena adanya permasalahan. Masalah transparansi harga, masalah keamanan dan kepastian dari pengemudi kendaraan, masalah ketersediaan helm, hingga berbagai masalah lainnya yang dialami konsumen. (dalam Pontjo Bambang Mahargiono dan Krido Eko Cahyono, 2017:663). Beberapa contoh perusahaan jasa transportasi berbasis aplikasi *online* di Indonesia (dalam Firly Aviliani, 2018:44-46) yaitu:

1. *Go-Jek*

Pada prinsipnya, aplikasi *Go-Jek* dengan mempertemukan permintaan angkutan ojek dari penumpang dengan jasa tukang ojek beroperasi di

sekitar ilayah penumpang tersebut. Cukup dengan mengunduh aplikasinya dari *Google Play Store*, maka kita bisa memesan jasa layanan tersebut. Tarif angkutannya disesuaikan dengan jarak tempuh yang akan dicapai. Selain jasa angkutan penumpang, ada juga layanan antar barang (kurir) dan belanja.

2. GrabBike

Hampir mirip dengan Go-Jek, hanya saja layanan Grabbike belum memiliki layanan antar barang atau belanja. Saat ini, Grabbike telah beroperasi di 3 kota di kawasan Asia Tenggara yang mengalami persoalan kemacetan, seperti Ho Chi Min City dan Hanoi di Vietnam, serta di kota-kota besar Indonesia.

3. Uber

Perusahaan jaringan transportasi dari Amerika yang menggunakan aplikasi di *Smartphone* untuk pemesanan mobil. Bedanya, armada mobil yang digunakan bukan transportasi public plat kuning, melainkan mobil pribadi bernomor polisi hitam dengan logo khusus Uber. Jika menggunakan jasa ini tidak bisa membayar tunai, tapi Secara *online* atau kartu kredit. Tarif yang ditetapkan adalah Rp 30 ribu sebagai tarif minimal dan selanjutnya dikenakan tarif perjalanan berdasarkan waktu dan jarak yang ditempuh. Jenis mobil yang digunakan adalah Toyota Innova, Alphard dan Hyundai Sonata. Uber saat ini juga menyediakan transportasi online menggunakan sepeda motor. Namun, ditengah pesatnya transportasi berbasis aplikasi *online* seperti Uber, Go-Jek, dan Grab umumnya pengendaranya adalah laki-laki dan penumpangnya secara acak, membuat penumpang kurang nyaman utamanya perempuan.

1.2.1 Isu dan Fakta Driver Uber Wanita

Seiring berjalannya waktu, semakin banyak orang yang bergabung dengan ojek online Uber untuk menjadi mitranya atau menjadi driver. Fleksibilitas waktu dan penghasilan yang menjanjikan bisa disebut sebagai faktor utamanya. Di samping itu, sebagian perempuan pada umumnya mulai ikut bergabung dengan ojek online. Seiring dengan berjalannya waktu,

semakin banyak pula isu miring mengenai perbedaan perlakuan kepada driver perempuan yang beredar di masyarakat. Ada yang mengatakan bahwa terdapat kesenjangan pendapatan antara driver uber pria dengan driver uber perempuan atau yang disebut juga dengan gender pay gap.

Selain itu, ada pula isu lain mengenai keberadaan driver perempuan yang tentang cara kerja algoritma Uber dalam pemberian order. Sempat beredar di masyarakat bahwa algoritma yang digunakan yang digunakan oleh uber cenderung mengacu pada gender tertentu. Dengan kata lain, cara kerja algoritma aplikasi uber akan menguntungkan gender tertentu dan merugikan gender lain dalam hal pemberian order.

Perbedaan antara driver Uber perempuan dan pria memang ada. Tapi, ini tidak serta merta karena ketidakadilan dari pihak Uber. Perbedaan pendapatan ini lebih kepada keterbatasan-keterbatasan pada perempuan yang memang tidak dielakkan. Hal ini pun telah dibuktikan kebenarannya oleh University of Chicago dan Stanford University. Para peneliti mengambil sampel sebanyak satu juta orang supir uber.

Dari hasil penelitian itu dapat diketahui bahwa perbedaan pendapatan antara driver pria dan perempuan benar adanya. Driver pria uber mendapatkan pendapatan sebanyak 7% lebih tinggi. Alasannya karena ada pada keterbatasan pada pihak perempuan. Driver pria cenderung lebih mampu mengendarai kendaraan mereka dengan lebih cepat. Selain itu, driver pria lebih mampu dan sanggup untuk mengambil jam kerja lebih lama. Driver pria dinilai lebih pandai memilih lokasi yang berpeluang memberikan orderan lebih banyak juga.

1. Kisah Pilu Driver Uber Perempuan

Hasil penelitian dari University of Chicago dan Stanford University tersebut menyebutkan tidak ada data yang menunjukkan bahwa ada diskriminasi langsung yang kemudian berimbas pada perbedaan penghasilan. Selain itu, rata-rata pembatasan dan pengendalian dari masing-masing gender juga cenderung sama. Selain adanya isu-isu miring di atas mengenai driver perempuan, ternyata masih ada juga kisah pilu lain

yang berkaitan langsung dengan keberadaan wanita di barisan driver uber. Salah satunya kisah pilu tersebut berkaitan dengan adanya prasangka seksis dari para penumpang laki-laki.

Banyak penumpang laki-laki yang merasa kasihan pada si driver uber cewek dan ada pula alasan lain yang bersumber dari pemikiran seksisme. Semua praduga itu kemudian berujung pada pembatalan pesanan ketika mengetahui driver uber mereka perempuan. Selain melakukan pembatalan pesanan, ada pula kisah lain mengenai driver uber perempuan yaitu tentang penumpang laki-laki yang merasa kasihan dan kemudian menaarkan diri untuk mengemudikan kendaraannya dan mempersilakan si driver perempuan tersebut menjadi penumpangnya. Dengan alasannya mereka merasa tidak nyaman dibonceng oleh driver perempuan.

Selama menjadi supir uber, para perempuan-perempuan ini harus selalu siap menghadapi kemungkinan-kemungkinan bertemunya mereka dengan para penumpang seksisme. Ketika sudah dihadapkan pada permasalahan seperti ini, tidak sedikit driver perempuan yang hanya bisa pasrah dan mengaku mereka tidak bisa berbuat apa-apa.

Keberadaan driver Uber perempuan memang ada, tetapi keberadaan mereka harus diikuti oleh kisah pilu dan juga tantangan untuk menaklukkan batasan-batasan mereka sendiri sebagai seorang perempuan. Walaupun demikian, tidak sedikit driver uber perempuan yang juga sukses mendapatkan pemasukan luar biasa dari menjadi mitra pengemudi uber.

2. Contoh Kasus

Terdapat laman berita dari metro.sindonews.com. Mitra ojek online (ojol) diduga kembali melakukan tindakan memalukan. Dugaan terjadi pelecehan seksual kepada penumpang perempuan itu viral di media sosial (medsos). Seorang perempuan yang mengaku penumpang Grab Bike mengeluhkan kisahnya itu di media sosial terutama Twitter yang hingga pagi ini sudah mencapai lebih dari 4.000 Retweet. Dia menerima kata-kata tidak pantas melalui aplikasi pesan singkat whatsapp usai diantarkan sang pengemudi.

Dari screenshot ditampilkan, pengemudi ojek online Grab itu diketahui bernama Cetra Nurfiantoro. Dia mengantarkan penumpang wanita Grab Bike rute Mall Cijantung-Jalan Tanjung, Jakarta, pada 3 Oktober 2018. Percakapan antara Grab Bike atas nama Cetra dengan wanita itu diunggah oleh netizen di akun Twitter @calicochim97. “Hati-hati bagi pengguna ojol apalagi para yang pulang kerja malam. Please bantu RT (retweet) thread ini guys!” tulis @calicochim97 seperti dilansir, senin (8/10/2018).

Ia menuliskan temanya itu pulang kerja sekitar jam 10-an malam di daerah Cijantung Jakarta Timur dan memesan Grab Bike untuk diantar pulang ke rumahnya. Ketika si penumpang wanita itu tiba dirumahnya, tidak lama kemudian mitra pengemudi Grab Bike itu ngechat si wanita yang diantarkannya. “Dan sumpah sih ngeri banget sampe nge-vidcall (video call) segala,” tulis @calichocim97.

Penumpang wanita ini yang identitasnya dirahasiakan itu merekam (screenshot) percakapannya dengan Cetra, si ojek online dari Grab tersebut. Kata-kata si pengemudi Grab itu seperti ini,”Ini aku Grab yang tadi antar kamu dee (adik). Udah kasih bintang 5 belum. Besok pulang sama Abang lagi ya. Abang sa**e (terangsang, Red) pas antar kamu tadi. Punya Abang bangun aja. cuman Abang malu ngomongnya. Besok pulang Abang jemput ya dee,” tulis Cetra dalam percakapan di WhatsApp.

Tentu saja, kalimat itu tidak pantas dilontarkan oleh mitra pengemudi transportasi online. Si penumpang wanita ini merespons Cetra untuk tidak melakukan hal seperti itu dan menyuruhnya meminta maaf, Cetra balik mengancam pelanggannya. “Sampai akun saya kenapa-napa, kamu yang bakal saya cari.. saya tau rumah kamu dan tempat kerja kamu,” ancam Cetra.

Hingga Senin ini, unggahan perilaku menyimpang Cetra, salah satu mitra pengemudi Grab Bike itu, diretweet lebih dari 4.700 kali. Akun @calichocim dan warga net lainnya sudah melakukan mention kea kun

resmi GRAN Indonesia, yakni @GrabID, agar di pengemudi itu diberi sanksi.

Beberapa warga net yang penasaran dengan Cetra melakukan penelusuran via internet untuk mengetahui profil perilaku pelecehan tersebut. Adapula yang menyampaikan protes kepada Grab Indonesia. Contohnya Krisna. “Gue juga beberapa kali dapet hal gak menyenangkan dari driver Grab. Padahal gue diem aja gak ajak ngobrol. Beberapa WA dan ngajak kenalan. Tolong dong rekrutmennya lebih ditingkatkan lagi @GrabIDN,” tulis Krisna di akunnya @krinatsu.

Ketua Komnas Perempuan Azrina mengatakan ada potensi terjadinya kekerasan seksual terhadap perempuan pada transportasi berbasis aplikasi itu. Sementara peraturan perundang-undangan yang ada saat ini belum mampu mengantisipasi atau mencegah persoalan yang muncul. Azrina melihat potensi kekerasan itu terjadi bukan hanya saat aplikasi digunakan tapi setelahnya. Misalnya, pelaku mencatat nomor kontak pengguna aplikasi dan memanfaatkan nomor itu untuk melakukan kejahatan. Pada saat aplikasi digunakan, potensi kekerasan bisa menyasar pengguna aplikasi baik itu pengemudi atau penumpang perempuan.

Mahasiswa salah satu perguruan tinggi di Surabaya yang baru berusia 19 tahun. Namanya Evilita Andriani. Menurut Evilita, ia mendengar banyak curhatan wanita yang merasakan ketidak nyamanan saat dibonceng oleh pengemudi pria ketika memakai jasa ojek curhatan itu ia dengarkan saat masih menjadi kurir paruh waktu untuk mengangkut barang dan penumpang khusus perempuan. Evilita Andriani saat ini adalah seorang founder di PT. Ojek Syari Indonesia yang sekarang berganti nama menjadi Syarihub. Alasan lain Evilita mendirikan PT tersebut karena terdorong banyaknya kasus criminal dan pelecehan seksual yang terjadi di transportasi umum, terutama perempuan. Menurut ia, jasa ojek umumnya hanya dijalankan oleh laki-laki padahal banyak perempuan yang tidak mau naik motor selain dengan muhrimnya.

Selain itu, ia menambahkan sebagai dilansir oleh laman resmi perusahaan itu ,ojeksyari.com, banyak perempuan tidak bisa naik sepeda motor. Inilah yang membuat Evilita, Mahasiswa jurusan Hubungan Internasional di UPN Veteran Surabaya itu memiliki gagasan untuk menyediakan ojek syar'i khusus wanita. Hal ini dapat menjadi peluang bisnis bagi yang ingin mengambil peluang pasar khusus perempuan yang notabennya tidak mau bersentuhan dengan laki-laki yang bukan muhrimnya, yang dari sisi konsep agama mentaati itu dan ingin menerapkannya.

Menurut BPS Jawa Timur Surabaya dengan luas wilayah 326,36 km² dan jumlah penduduk 2.599.796 jiwa, ($\pm 7,4\%$ dari total penduduk Jawa Timur), dengan kekuatan ekonomi yang dimilikinya menjadikan kota ini mempunyai peran yang cukup strategis dan diperhitungkan dalam menentukan arah kebijakan pembangunan Propinsi Jawa Timur. Surabaya sebagai kota budaya, pendidikan, pariwisata, maritim, industri dan perdagangan terus mengalami perkembangan secara pesat. Kekuatan ekonomi dan segala aktifitas ekonomi yang ada, merupakan salah satu penggerak utama ekonomi Jawa Timur.(dalam Siti Aminah:1)

PT. Ojek Syari Indonesia atau Syarihub sebagai aplikasi mobile untuk mempermudah transportasi perempuan dan dari situ juga peluang besar PT.Ojesy masuk dalam dunia transportasi online dilihat cukup tingginya kaum perempuan menggunakan jasa transportasi online. Masyarakat Indonesia ini berbondong-bondong sedang hijrah ingin serba syari lebih agamis baik di kalangan artis-artis muda, orang tua semua ingin serba syar'i, mulai dari pakaian, gaya hidup, makanan, bisnis dan juga tingkat kejahatan ataupun kekerasan perempuan dan anak-anak dalam transportasi umum meningkat setiap tahunnya dari situ perempuan yang akan dirugikan, disini peluang PT.Ojesy masuk sebagai transportasi online khusus perempuan dan anak-anak berbasis syar'i menjadi pemecah atau solusi dari permasalahan tersebut.

PT.Ojesy atau Syarihub dalam mengembangkan bisnisnya menggunakan sistem kemitraan bagi daerah-daerah yang tertarik menghadirkan layanan ojesy di daerahnya masing-masing. Driver ojesy khusus perempuan dan penumpang ojesy khusus perempuan dan anak-anak. Untuk menjadi Sahabat Pengendara harus Muslimah dengan mengenakan pakain syari atau longgar (tidak ketat).

Ojesy menjembatani penumpang perempuan yang hanya membutuhkan dikemudi oleh sesama perempuan. Ojesy tidak bersaing dengan ojek online yang lain. Karena segmennya terbatas hanya perempuan. Tarifnya pun berbeda, lebih murah yakni dikenakan tarif awal RP. 5000 untuk mengganti biaya transportasi pengemudi ke lokasi pelanggan. Selanjutnya, dikenakan tarif RP.3.000 per kilometer. Ojesy juga memberlakukan uang tunggu sebesar RP.5.000 per 30 menit. Bila sudah memesan dan membatalkannya pelanggan harus membayar biaya pembatalan RP.10.000.

Mengenai keuntungan ojesy menggunakan sistem bagi hasil, yakni 70% untuk sahabat pengendara dan 30% untuk manajemen. Setiap hari sahabat pengendara harus setoran. Jika Gojek atau Grab tak mengenal waktu dalam pelayanannya, Ojesy yang telah mendapat perizinan Dinas Perhubungan, dibatasi waktu hanya pukul 19.00 WIB. Pertimbangannya adalah Sahabat Pengendara Ahwat harus tetap menjadi seorang ibu yang menyediakan waktunya untuk suami anak dan keluarganya.

Untuk menjadi sahabat pengendara Ojesy mutlak harus mendapat izin suami. Bagi yang tidak punya suami atau single parent, harus mendapat izin orang tua atau saudara mereka. Saat ini yang mendaftar di Ojesy banyak dari kalangan mahasiswa, pekerja, bahkan ada yang lulusan Pasca Sarjana, hingga Manajer HRD. Ojesy hanya melayani penumpang by request, jadi tidak akan mengusik atau ambil lahan ojek di pangkalan.

Selain memberikan profit tersendiri bagi manajemen ojesy tersebut, juga memberikan dampak bagi lingkungan fisik dan sosial wanita muslimah di Surabaya. Layanan dengan pengemudi perempuan muslimah

kini marak merambah pasar jasa transportasi ini. Dengan adanya ojesy mampu mengurangi masalah kekhawatiran ancaman keamanan dan pelecehan terhadap penumpang perempuan yang dilakukan pengemudi laki-laki.

Alasan peneliti mengambil penelitian di Surabaya karena PT.Ojesy awal mulai beroperasi di daerah Surabaya. Kantor pusat yang pertama kali berada di Surabaya yang beralamat di Jl. Sawahan Baru No.73 Surabaya. Dengan mengambil target perempuan muslimah yang cukup besar di Surabaya. Peneliti melihat ini sebagai fenomena yang terlihat jelas di sekitar masyarakat Surabaya. Meskipun Driver perempuan Uber saat ini masih ada.

Tetapi untuk sebagian dari perempuan yang lain memilih untuk mencari keamanan dan fleksibel. Sehingga peneliti ingin memahami tentang customer relationship marketing komunikasi driver syar'i perempuan yang mana mempelajari tentang bagaimana pengalaman customer relationship marketing komunikasi yang dilakukan dalam kesadaran, pikiran, dan tindakan seperti bagaimana fenomena itu bernilai. Fenomenologi mencoba mencari pemahaman bagaimana manusia mengkonstruksi realitas sosial dan konsep-konsep penting dalam dirinya.

Menariknya dalam metodologi fenomenologi ini kita dapat mempelajari bentuk-bentuk pengalaman dari sudut pandang orang yang mengalaminya secara langsung seolah-olah kita mengalaminya sendiri. Tujuan fenomenologi untuk mengetahui dunia dari sudut pandang orang yang mengalaminya secara langsung atau berkaitan dengan sifat-sifat alami pengalaman manusia, dan makna yang ditempelkan padanya.

Driver atau pengemudi syar'i perempuan disini lebih terpercaya karena sudah terdaftar didalam perusahaan jasa transportasi berbasis *online* ini berupa identitas lengkap dan perlengkapan berkendara yang sesuai Standart Nasional Indonesia (SNI) sehingga dapat meminimalisir resiko kerugian terhadap pengguna jasa transportasi ini.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang permasalahan di atas, serta pembahasan penelitian ini lebih terarah kepada yang dituju, maka permasalahan pada penelitian ini adalah bagaimana pengalaman CRM komunikasi yang digunakan driver syar'i perempuan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah penelitian di atas, maka tujuan utama penelitian ini adalah untuk mengetahui pengalaman CRM komunikasi yang digunakan driver syar'i perempuan.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi yang bermanfaat dan dapat dijadikan masukan dalam melaksanakan kegiatan-kegiatan dimasa sekarang maupun dimasa yang akan datang, serta diharapkan mampu memberikan kontribusi terhadap dunia ilmu atau akademis.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan seluruh tahapan hingga hasil penelitian yang diperoleh dapat memperluas wawasan dan memberikan referensi tentang fenomenologi. Selain itu, bagi pihak-pihak yang berkepentingan dengan hasil ini, penelitian berharap dapat diterima sebagai bahan acuan bagi peneliti selanjutnya.