

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pada era globalisasi, teknologi dan informasi berkembang cepat dan memudahkan berbagai aktifitas manusia. Perkembangan ini ditandai dengan kemudahan memperoleh berbagai informasi melalui jaringan internet dan alat komunikasi seperti *handphone*. Begitu juga dengan perkembangan sarana transportasi, era dahulu masyarakat memakai sarana transportasi seperti sepeda, dokar, dan banyak juga yang berjalan kaki. Tetapi dengan perubahan zaman dan teknologi dibidang transportasi, masyarakat dimudahkan dengan adanya kemajuan teknologi transportasi seperti motor, mobil, kereta api, pesawat, bus, dan sebagainya. Sehingga perjalanan yang dahulu dibutuhkan waktu berhari hari sekarang bisa ditempuh dengan hitungan jam

Seiring dengan berkembangnya zaman, transportasi digunakan sebagai sektor untuk jasa dan bisnis seperti bus, taxi, pesawat, dan sebagainya. Namun dari dengan seiringnya waktu moda transportasi umum dinilai kurang diminati untuk kegiatan sehari hari sehingga masyarakat lebih banyak menggunakan sarana transportasi pribadi. Dengan banyaknya transportasi pribadi inilah yang membuat kemacetan di kota-kota besar seperti jakarta, surabaya, malang, dan sebagainya. Kemacetan, kebutuhan akan teknologi, dan besarnya tingkat pengangguran adalah termasuk problematika di kota-kota besar. Hal tersebut yang membuat Nadiem Makarim pada tahun 2010 membangun sebuah perusahaan Start Up yang saat ini dikenal sebagai GO-JEK Indonesia. Penelitian PT GOJEK di Jakarta menyatakan bahwa “Gojek mampu meminimalisir resiko yang terjadi di Jakarta dalam hal waktu, kemudahan, biaya, dan keamanan” (Amajida, 2016)

GO-JEK tampil dengan fasilitas aplikasi android dan iPhone sebagai dasar beroperasinya, sehingga dengan teknologi itu, GO-JEK berhasil memudahkan layanan transportasi umum.

Melalui smartphone GO-JEK dapat diakses dan dipesan di tempat penjemputan dan tempat pengantaran, dan ada tampilan tarif yang harus dibayar untuk layanan ini. Di samping itu layanan GO-JEK itu tidak hanya terbatas kepada jasa antar-jemput dengan sepeda motor, tetapi juga merambah kepada kebutuhan antar barang, titip belanja dan bahkan membeli makananan kebutuhan sehari-hari. Inovasi yang demikian ini adalah realitas kehidupan yang tidak dapat ditolak kehadirannya. Hal ini karena GO-JEK telah dapat membuka banyak kemudahan yang ditawarkan melalui jasa transportasi modern yang berbasiskan aplikasi teknologi. Terlihat dari jumlah *driver* yang telah dimiliki oleh GO-JEK, GO-JEK merupakan peluang untuk masyarakat yang ingin meningkatkan taraf hidupnya.

GO-JEK merupakan salah satu perusahaan yang mengusung konsep bisnis *sharing economy* yang kini hadir di Indonesia. Konsep bisnis *sharing economy* telah berkembang sejak 10 tahun terakhir di beberapa negara Eropa dan Amerika. Salah satu pemicunya adalah munculnya kesadaran akan sumber daya yang kian terbatas, terutama oleh adanya kecenderungan untuk melakukan konsumsi secara berlebihan. Berkat *sharing economy*, penggunaan sumber daya yang ada bisa menjadi lebih irit dan efisien karena sumber daya yang ada dapat dipakai secara bersama. Alhasil, konsep ini juga bisa dikatakan ramah lingkungan (Astri, 2017).

Sharing economy adalah pertukaran barang dan jasa melalui sebuah platform yang didukung dengan kecanggihan teknologi. Adapun karakteristik dari *sharing economy* ini yaitu desentralisasi pertukaran suatu barang dan jasa yang berbeda dengan yang lain, fokus akses lebih kepada kepemilikan sumber daya, perusahaan menjadi fasilitator pertukaran barang dan jasa, dan mekanisme yang digunakan adalah *self-governance*. (Sundararajan, 2016).

Sharing economy juga dikenal dengan istilah *digital economy* yang diartikan sebagai ekonomi berbasis digital yang mampu menghubungkan orang dari berbagai kalangan dengan motif ekonomi yang berbeda-beda secara bersamaan tanpa dibatasi ruang dan waktu. *Sharing*

economy diklaim merupakan alternatif baru dari model bisnis kapitalis tradisional yang berkembang dari para pemimpin bisnis. *Sharing economy* didefinisikan sebagai perusahaan berbasis teknologi yang menempatkan pertukaran dalam *website* atau aplikasi daring dan dikomersialkan melalui model bisnisnya yang menjadikan perantara pertukaran aset dengan pemakaian rendah lewat p2p (*peer to peer*) untuk mendapatkan efisiensi harga dan efektifitas dalam interaksi pada konsumen. Dalam perusahaan ini pekerja dalam perusahaan tidak bertanda karyawan, melainkan pekerja kontrak independen yang tidak terikat oleh jam kerja dan waktu (Sukandar, 2019)

GO-JEK menggunakan sistem *sharing economy* dengan bagi hasil, yang merupakan suatu bentuk skema pembiayaan alternatif yang memiliki karakteristik yang sangat berbeda dibandingkan bunga. Sesuai dengan namanya, skema ini berupa pembagian atas hasil usaha yang dibiayai dengan kredit/pembiayaan. Skema bagi hasil dapat diaplikasikan baik pada pembiayaan langsung maupun pada pembiayaan melalui bank syariah (dalam bentuk pembiayaan mudharabah dan musyarakah). Dalam berkontrak bagi hasil, perlu didesain suatu skema bagi hasil yang optimal, yakni yang secara efisien dapat mendorong entrepreneur (debitur) untuk melakukan upaya terbaiknya dan dapat menekan terjadinya falsifikasi (Tarsidin. 2010)

Beberapa contoh perusahaan yang menggunakan konsep bisnis *sharing economy*, yaitu: *Uber*, *Airbnb*, *Instacart*, dan *Air Tasker* adalah platform untuk menghubungkan penumpang dan *driver*; *Airbnb* adalah platform untuk menghubungkan dan mengkoordinasikan sewa properti jangka pendek atau jangka panjang, *Instacart* adalah platform untuk menghubungkan konsumen dengan pembeli pribadi yang mengambil dan membelikan bahan makanan dari toko local favorit konsumen, dan *Airtasker* adalah platform yang memfasilitasi pertukaran tugas pelayanan sehari-hari antara kedua individu dan bisnis (Rhenald, 2017)

Sejak kemunculan GO-JEK di Indonesia, kini muncul ojek-okek lain yang berusaha menawarkan faktor kecepatan, keamanan, dan kenyamanan yang didukung oleh kecanggihan

teknologi dengan membuat sebuah aplikasi *mobile* seperti GO-JEK. Saat ini terdapat delapan perusahaan yang menawarkan layanan ojek daring (dalam jaringan) di Indonesia yaitu: GO-JEK, Grabbike, Blu-Jek, Lady-Jek, Ojek Syar'i (Ojesy), Ojek Taksi Berargometer (Jeger), Uber-Jek, dan Top-Jek (Wardana, Konadi, 2016)

"Ide mendirikan GO-JEK muncul dari pengalaman pribadi Nadiem Makarim. Ia menggunakan transportasi ojek hampir setiap hari ke tempat kerjanya untuk menembus kemacetan di Jakarta. Sebagai seorang yang sering menggunakan transportasi ojek, Nadiem melihat sebagian besar waktu yang dihabiskan oleh pengemudi ojek hanyalah sekadar menunggu penumpang. Padahal, pengemudi ojek akan mendapatkan penghasilan yang lumayan bila banyak penumpang. Selain itu, ia melihat ketersediaan jenis transportasi ini tidak sebanyak transportasi lainnya sehingga seringkali cukup sulit untuk dicari. Ia menginginkan ojek yang tersedia setiap saat dibutuhkan. Dari pengalamannya tersebut, Nadiem Makarim melihat adanya peluang untuk membuat sebuah layanan yang dapat menghubungkan penumpang dengan pengemudi ojek" (Gojek, 2015)

"Sebagai sarana transportasi online GO-JEK memiliki visi misi sebagai jasa transportasi tercepat dalam melayani kebutuhan masyarakat, sebagai acuan pelaksana kepatuhan dan tata kelola struktur transportasi yang baik dengan menggunakan kemajuan teknologi, meningkatkan kepedulian dan tanggung jawab pada lingkungan dan sosial serta memberikan layanan prima dan solusi yang bernilai tambah pada pelanggan" (Dzakzyf, 2016).

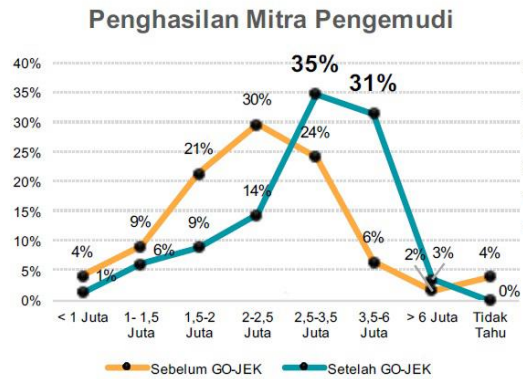
GO-JEK telah memperkenalkan diri di sebagai perusahaan teknologi asal Indonesia yang melayani angkutan jasa ojek berbasis daring. GO-JEK didirikan oleh Nadiem Makarim yang didirikan pada tahun 2010. Kini, GO-JEK sudah berkembang dan telah beroperasi lebih dari 50 kota yang ada di Indonesia dan akan hadir di empat negara. Pengoperasian aplikasi Gojek termasuk praktis. Pengguna hanya cukup mengunduhnya dan memasukkan nomor ponsel.

Sedangkan pengoprasiannya cukup memasukkan lokasi yang ingin dituju dan menunggu pengemudi datang untuk menjemput (Gojek, 2017).

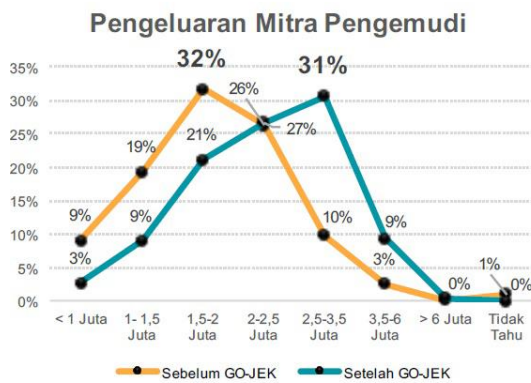
Hasil penelitian Gojek Surabaya menyimpulkan bahwa kualitas sistem sistem, informasi, dan layanan memiliki kualitas tinggi. Hal tersebut didasari oleh sistem *step by step* antar muka sehingga mudah untuk digunakan dan stabil di semua *smartphone*. Dan ada sistem fitur rekam transaksi sehingga tidak membuat konsumen ragu. Ketiga kategori tersebut membuat kualitas sistem terpenuhi sehingga dapat dikategorikan memiliki kualitas sistem yang tinggi (Mu'izz, 2018). Hasil penelitian Gojek Palembang membuktikan bahwa kepuasan konsumen menentukan sikap dan niat untuk kembali menggunakan aplikasi Gojek (Ekawati, 2017)

Dibalik perkembangan GO-JEK yang melesat tinggi, penggunaan sistem informasi menjadi faktor yang mempengaruhi perkembangannya. Hal ini dikarenakan sistem yang berjalan di dalam perusahaan mengharuskan perusahaan memakai sistem informasi. Sistem Informasi Manajemen adalah sistem perencana dari pengendalian internal suatu bisnis yang meliputi pemanfaatan SDM, dokumen, teknologi, dan prosedur akuntansi manajemen untuk memecahkan masalah bisnis biaya produk, layanan, atau strategi bisnis.

Sistem Informasi Manajemen sangat erat kaitannya dengan keberlangsungan PT.Gojek dalam pengoprasiannya. Menurut O'Brien (2010) Sistem Informasi Manajemen merupakan kombinasi yang teratur antara *people, hardware, software, communication network, data recourse*. Sebagai sarana transportasi online, Gojek juga dikenal murah dan praktis dalam pengaplikasiannya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif pada kualitas sistem informasi terhadap kepuasan pelanggan. Respon positif dipengaruhi oleh faktor harga pada jasa Gojek di Kota Yogyakarta (Prawinata & Rahmawati, 2017).



Tabel 1.1 Penghasilan Mitra (Iskandar, 2017)



Tabel 1.2 Pengeluaran Mitra (Iskandar, 2017)

Hasil lembaga survey kampus Universitas Indonesia FEB 2016 menyatakan bahwa rata-rata pendapatan mitra pengemudi meningkat 44% dan rata-rata pengeluaran pengemudi mitra mengalami peningkatan sebanyak 31% sejak bergabung dengan GO-JEK. Dari data tersebut dapat disimpulkan GO-JEK berhasil memberikan dampak positif terhadap mitra pengemudi. Hal ini membuat peminat pendaftar untuk menjadi mitra pengemudi semakin besar karena telah memberikan efek positif kepada mitra.



Tabel Persepsi 1.3 (Iskandar, 2017)

Mayoritas Mitra merasakan kemudahan dalam bergabung (91%) dan menggunakan aplikasi GO-JEK (97%). Mereka merasa dihargai dan diperlakukan dengan adil oleh GO-JEK. Dari data tabel disebutkan 64% mitra merasa diposisikan setara, sementara 30% merasa diuntungkan dengan menjadi mitra.

Dengan banyaknya peminat dari kalangan masyarakat yang menggunakan aplikasi gojek, membuat publik menjadikannya sebagai sebuah peluang yang bagus. Penelitian Rajamulya Gigantara dan Mintaredja (2016) mengkaji bahwa faktor alasan publik tertarik menjadi pengemudi PT.Gojek yaitu pendapatan yang menjanjikan, pekerjaan sampingan, relasi dan memperluas koneksi antar pengguna. Dengan faktor tersebut banyak orang berminat menjadikan pengemudi Gojek sebagai pekerjaan utama ataupun pekerjaan sampingan.

Lembaga Demografi Universitas Indonesia menyatakan bahwa GO-JEK mengurangi tingkat pengangguran dengan memperluas kesempatan kerja. Demografi mitra pengemudi sebagai berikut: (Iskandar, 2017)

- Lulusan SMA (75%)
- Lulusan Perguruan Tinggi (15%)
- Berusia produktif, 20 – 39 tahun (77%)

- Berstatus kerja penuh waktu (65%)
- Memiliki tanggungan 2 orang atau lebih (78%)

Dari tabel diatas disimpulkan bahwa GO-JEK dapat memberikan peluang kepada hampir dari semua kalangan dan memberikan kemudahan dalam penerimaan menjadi mitra pengemudi. Berbeda dari kebanyakan pekerjaan yang memerlukan pengalaman kerja untuk melamar pekerjaan, GO-JEK memberikan peluang pada semua kalangan untuk mendaftarkan diri menjadi mitra pengemudi tanpa harus memiliki pengalaman. Seiring banyaknya pengangguran dan informasi akan hasil yang menjanjikan dari GO-JEK tentunya akan semakin banyaknya masyarakat yang mendaftarkan diri sebagai pengemudi.

Elastisitas atau intensitas permintaan transportasi sangat dipengaruhi oleh ketersediaan diantara perusahaan-perusahaan pengangkutan yang bersaing. Jika hanya terdapat satu perusahaan pengangkutan untuk melayani kebutuhan pemakai jasa angkutan daerah, maka dapat diperkirakan tingkat elastisitas permintaan lebih kecil dibandingkan dengan jika terdapat lebih banyak perusahaan pengangkutan (Adisasmita, 2010).

Elastisitas dapat dikategorikan jika penurunan persentase tarif angkutan menimbulkan kenaikan persentase yang lebih besar pada permintaan jasa transportasi sehingga hasil penjualan juga meningkat, maka hal ini dikatakan sebagai permintaan yang elastisitas (Adisasmita, 2010).

Tarif termasuk yang mempengaruhi permintaan dan penawaran pada gojek, tapi ada juga yang variabel lain yang mempengaruhi permintaan. Pada jurnal ilmiah lain menyatakan bahwa tarif gojek tidak mempengaruhi secara signifikan terhadap jasa transportasi online seperti gojek dan pendapatan rata-rata masyarakat tidak mempengaruhi secara signifikan terhadap permintaan gojek (Vaula, Kalangi, Sumual, 2020).

Terdapat sifat khusus yang melekat pada permintaan akan jasa transportasi dan membedakannya dengan permintaan terhadap barang lainnya, yaitu sebagai berikut (Nasution 2010):

Pada hakikatnya tidak tanggap atau perasa terhadap perbedaan tingkat biaya transportasi untuk pengangkutan penumpang, tetapi sangat perasa/tanggap terhadap pengangkutan barang. Ini berarti permintaan penumpang bersifat inelastis, sedangkan permintaan pengangkutan barang bersifat elastis.

Jasa Transportasi adalah jasa campuran (*product mixed*). Permintaan jasa angkutan adalah kompleks karena permintaan tersebut tidak hanya dilandasi oleh keinginan untuk memindahkan suatu dari suatu tempat ke tempat lain tetapi banyak variabel lain yang mempengaruhi keinginan untuk memindahkan barang tersebut seperti kecepatan, keamanan, keselamatan, ketepatan, kenyamanan, keterandalan, dan sebagainya

Dari beberapa pernyataan diatas tarif gojek tidak berpengaruh secara signifikan terhadap permintaan dan penawaran kepada gojek. Peneliti tertarik terhadap isu lain yang diangkat oleh salah satu media tentang pembatasan driver yang berhubungan dengan permintaan dan penawaran transportasi online.

Menurut Dirjen Perhubungan Darat Budi Setyadi hal tersebut dapat berdampak negatif untuk kelangsungan driver kedepannya, “Kalau saya sih, kebanyakan yang daftar kan jadi nggak bagus kan suasana ini kan” (Hamdani, 2019). Disisi lain Ade Rezki Pratama sebagai Komisi V DPR RI pun masih mempertanyakan soal Peraturan Menteri No 108 Tahun 2017 yang mengatur tentang regulasi transportasi online yang tidak dilaksanakan secara penuh dan terkesan ditunda-tunda (Hamdani, 2019)

Namun dengan tidak adanya aturan tentang pembatasan jumlah mitra tentunya akan membuat pertumbuhan pendaftar mitra semakin tidak terkendali. Dari fakta tersebut tentunya akan berpengaruh dengan penghasilan rata-rata dari keseluruhan mitra pengemudi. Resiko yang

akan terjadi jika tidak ada sistem informasi manajemen yang kurang tepat adalah ketimpangan permintaan diantara para mitra yang akan berdampak langsung kepada mitra (Uly, 2018).

Menurut O'Brien (2010) "Sistem Informasi Manajemen merupakan kombinasi yang teratur antara *people, hardware, software, communication network, data resource*". Jadi untuk mengendalikan pertumbuhan pengemudi GO-JEK pun harus memiliki terobosan atau sistem manajemen yang mendukung agar permintaan dan penawaran berlangsung seimbang sehingga para pengemudi tidak merasakan ketimpangan dari pertumbuhan driver yang tidak terkandali. Peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana GO-JEK mengatasi permasalahan yang akan datang dari pertumbuhan driver yang tidak terkendali dan dari ulasan diatas peneliti tertarik untuk meneliti tentang **"Deskriptif Kualitatif Sharing Economy Deskriptif Mitra Kerja (Pengemudi Gojek) di PT.Gojek Surabaya (Dari Persepsi Sistem Informasi Manajemen)"**

”

Rumusan Masalah

1. Bagaimana peranan *sharing economy* mitra kerja PT GO-JEK dalam persepsi Sistem Informasi Manajemen?
2. Bagaimana dampak dari implementasi *Sharing Economy* diterapkan PT.GO-JEK Surabaya terhadap mitra kerja dalam persepsi Sistem Informasi Manajemen?

Batasan Masalah

Berdasarkan judul penelitian yang diajukan, fokus penelitian ini adalah meneliti bagaimana Deskriptif Kualitatif pada konteks *sharing economy* antara Gojek dan pengemudi Gojek yang dilihat dari persepsi sistem informasi manajemen

Tujuan Masalah

1. Untuk mengetahui bagaimana pemberdayaan *sharing economy* pada mitra Gojek di Surabaya dalam persepsi Sistem Informasi Manajemen
2. Untuk mengetahui bagaimana PT.GOJEK Surabaya menanggulangi permasalahan yang bisa berdampak terhadap *sharing economy* para pengemudi Gojek di Surabaya dalam persepsi Sistem Informasi Manajemen

Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diperoleh dari penelitian ini baik secara akademis maupun dalam kegiatan ekonomi, yaitu:

1. Diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi dalam bidang keilmuan dan pengetahuan mengenai implementasi terhadap *sharing economy* pada pengemudi GOJEK
2. Bagi Pembaca, hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai wadah pengetahuan baru tentang *sharing economy* terhadap ekonomi para pengemudi
3. Bagi Fakultas, penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi tentang *sharing economy*
4. Bagi peneliti, penelitian ini dapat memberikan tambahan pengetahuan dan pengalaman yang berharga dengan mengaplikasikan ilmu pengetahuan yang diterima di perkuliahan dalam bentuk penelitian