

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sejak bulan Juli tahun 2016, Peneliti pindah domisili dari Kota Surakarta ke Kota Jakarta Timur karena alasan penempatan kerja. Mulai saat itu, Peneliti mengenal adanya *platform* transportasi *daring* atau dalam jaringan (*daring*) yaitu GoJek, Grab, dan Uber. Sejak tinggal di Jakarta, Peneliti mulai akrab dan sering menggunakan *platform* transportasi *daring* tersebut. *Platform* pertama yang Peneliti gunakan yaitu Go-Jek dimana Peneliti belajar untuk memesan taksi *daring* dari arah Rawamangun menuju ke Cawang. Setelah melakukan pemesanan, telepon genggam Peneliti berdering dimana mendapat telepon dari nomor yang tidak dikenal. Pada saat telepon tersebut diterima ternyata bapak pengemudi taksi yang menanyakan koordinat tempat penjemputan. Beberapa saat kemudian, datanglah Roda empat Avanza hitam elegan yang berhenti di depan Apotik tempat koordinat Peneliti. Tiba – tiba handpone berdering dan telepon masuk dari nomor yang sama dan menanyakan kebenaran pemesanan atas nama Peneliti. Pada saat itu, Peneliti kaget karena bukan taksi konvensional namun sebuah roda empat pribadi yang datang menjemput. Pada saat perjalanan menuju destinasi, pengemudi memberikan pemahaman bahwa Go-Car itu bukan sebuah taksi konvensional yang beralih ke *daring*, namun sebuah roda empat

pribadi yang digunakan oleh pengemudi sebagai salah satu syarat menjadi pengemudi pengemudi. Peneliti sampai dengan saat ini masih berlangganan layanan taksi daring dari *platform* Go-Jek maupun Grab.

Tiga tahun berada di Jakarta, Peneliti memiliki kesan yang baik kepada para pengemudi transportasi daring. Mereka tanpa lelah menjaga hubungan baik dengan para pengguna, mereka menyambut baik dengan memberikan salam tanpa pamrih, selalu berinisiatif mengajak berbincang, dan tanpa disadari mereka berjuang memenuhi kebutuhan diri dan keluarganya. Minggu sore yang cerah, setelah hari bahagia karena hari pasca gaji bulanan, Peneliti bersama teman kantor berpergian ke pusat perbelanjaan Mall Kelapa Gading, Jakarta Utara. Peneliti memesan taksi daring dengan *platform* Go-Car, tidak lama setelah memperoleh pengemudi dengan roda empat Agya plat B Jakarta Timur, Peneliti mendapat telepon dari nomor yang sama dengan nomor pengemudi Go-Car. Pengemudi memberitahu bahwa sudah berada di koordinat yang sama dengan Peneliti, lalu kami bergegas menuju kedepan rumah mess kantor. Selama perjalanan, pengemudi berinisiatif untuk memulai percakapan hangat dengan kami. Kami merasa bahwa hal tersebut memiliki *value* lebih dibandingkan hanya diam dan fokus dengan mengendarai roda empat.

Selama beberapa tahun terakhir, persebaran teknologi informasi berbasis jaringan internet memunculkan istilah *sharing economy*. Sebuah pertanda bahwa munculnya sektor ekonomi baru yang berkembang secara pesat dan telah mengubah

cara bertransaksi dari konvensional menjadi digital (Reilly dan Andi (2017); Jarrahi dan Sutherland (2018)). *Sharing Economy* adalah konsep sebuah bisnis yang memberikan kesempatan memperoleh akses sumber daya perorangan atau badan usaha sehingga dapat dimanfaatkan atau dikonsumsi secara bersama (Basselier *et al* (2018)). Inovasi ini sangat mengurangi adanya biaya transaksi dan negosiasi melalui pengurangan biaya berkomunikasi antara layanan penyedia dengan pengguna, memungkinkan adanya akses tanpa batas antara pembeli dan penjual, serta mengurangi asimetri atau ketidakpastian informasi terutama melalui tinjauan dan rincian tentang produk dan layanan, dan mengurangi biaya negosiasi. Oleh karenanya, berdasarkan (Bonciu dan Bâlgăr, 2016) menyatakan bahwa *Sharing Economy* dinilai sebagai calon penyumbang pertumbuhan ekonomi yang *sustainability* dan signifikan.

Platform bisnis transportasi daring termasuk dalam bagian dari *sharing economy* yang menyebabkan perubahan besar dalam sebuah ekosistem bisnis dan perkembangan dalam segi alat atau moda transportasi serta hubungan sarana dan prasarana. Menurut penelitian Nelson dan Susan (2014) Pertumbuhan dan perkembangan ride sharing di masa depan tidak pasti karena adanya integrasi antara layanan, teknologi, kebijakan public dimana adanya kekhawatiran tentang perubahan iklim, kemacetan, dan ketergantungan pada minyak bumi. Namun, menurut peneliti bisnis *ride sharing* berbasis aplikasi adalah suatu inovasi dalam layanan teknologi sehingga banyak pengemudi Go-Car maupun GrabCar tidak hanya bekerja sebagai

pengemudi namun juga memiliki profesi lain baik sebagai profesi utama atau sampingan, misalnya pelajar, penagih utang, pedagang, karyawan sektor swasta, pengemudi swasta, fotografer, acara penyelenggara atau ibu rumah tangga (Ekonomi.bisnis.com, 2018).

Era digitalisasi juga mengubah paradigma sebuah produk dalam bisnis konvensional menjadi sebuah daring *platform* dimana memiliki ekosistem baru dan berbeda. Adanya pergeseran *value* tersebut berdasarkan Kasali (2018) dikarenakan adanya *disruption* dimana manusia semakin inovatif dalam mengeksplorasi masa depan dengan teknologi. Kejadian ini dapat dikatakan *the great shifting* dengan adanya perubahan dari produk konvensional atau *product based competition* menuju *platform based competition*. Dunia digital menghadirkan sebuah cara baru dimana memiliki karakteristik *multisided*, *network effect*, *value other creation*, dan tidak memerlukan dukungan asset (Kasali, 2018) sehingga model bisnis tersebut akan berpengaruh besar di seluruh aspek kehidupan (Kraus, Palmer, Kailer, Kallinger, dan Spitzer, 2018).

Selain model baru, bisnis transportasi daring diciptakan dari peluang yang timbul karena digitalisasi, cabang yang ada dan bisnis berubah dari *offline* ke bisnis daring sehingga membangun kewirausahaan digital sebagai bentuk baru dari kegiatan wirausaha (Kraus *et al.*, 2018). Harus dipahami bahwa masih terdapat berbagai polemik serta manfaat kepada banyak pihak mulai dari pengemudi, pengguna, hingga

perusahaan itu sendiri. Bagi pengguna, mereka memperoleh sebuah layanan memudahkan, murah, nyaman, dan aman. Aplikasi ini dipilih masyarakat karena proses pemesanan yang mudah, biaya lebih transparan, dan servis yang memuaskan.

Pada penelitian Eisenmeier (2018) di Negara Meksiko dengan karakteristik luasan negara memiliki berbagai layanan taksi yang berbeda, seperti taksi konvensional, taksi via telepon, serta taksi daring. Namun, di Indonesia hadirnya taksi daring ini menyebabkan sebuah persaingan transportasi yang sudah berjalan misalnya angkutan kota, bus, dan taksi konvensional. Dengan demikian, supaya menghindari konflik dalam beberapa wilayah yang tergolong dalam zona merah misalnya terminal, bandara, dan stasiun. Tempat tersebut telah ditetapkan menjadi sebuah aturan supaya pengemudi transportasi daring tidak mengangkut pengguna di wilayah tersebut, jadi keberadaan transportasi daring ini tidak mempengaruhi bagi para penyedia layanan transportasi konvensional di kawasan tersebut (Hukumonline.com, 2019). Kementerian Perhubungan mengambil langkah tegas untuk menghilangkan *gap* antara taksi daring dengan taksi konvensional, salah satu langkah yang diambil tentang sistem penentuan tarif. Kementerian Perhubungan memberlakukan tarif dasar atas dan tarif dasar bawah. Kenaikan tarif ini berlaku di pertengahan tahun 2017 ini karena melihat fenomena selama tiga tahun kebelakang transportasi daring menjadi primadona bagi para pengguna jasa transportasi. Berkaitan dengan hal tersebut menurut (Marshall et al., 2017) adanya persaingan platform ride sharing yang dinamis menghasilkan harga yang fluktuatif dan persistensi.

Berbicara tentang dampak yang diberikan dari layanan taksi daring dibandingkan taksi konvensional kepada pengguna, secara luas para pengguna merasakan memiliki preferensi untuk memperoleh kenyamanan dalam menggunakan transportasi taksi dengan berbiaya ekonomis (Anindhita, Arisanty, & Rahmawati, 2016). Umumnya, perusahaan taksi daring memberikan promo – promo yang menarik bagi para pengguna dikarenakan ada upaya untuk membentuk sebuah kebiasaan baru kepada para masyarakat yang menggunakan layanan tersebut. Oleh karenanya, pengguna merasa diberikan pelayanan terbaik dari perusahaan taksi daring, sehingga secara spesifik dengan adanya kenyamanan, berbiaya ekonomis, ditambah dengan adanya promo menjadikan munculnya pengguna tetap dan *sustain* untuk menggunakan salah satu lini bisnisnya. Dapat disimpulkan bahwa layanan taksi daring dengan beragam fitur dan kemudahan menjadi pilihan pengguna dibandingkan dengan layanan taksi *offline*.

Go-Jek dan Grab menerapkan efisiensi jaringan untuk budaya transportasi sehingga memungkinkan bagi para pengemudi daring yang sebagian besar berasal dari kelas menengah ke bawah, untuk menguasai alat-alat canggih dan berpartisipasi dalam sebuah jaringan (Natadjaja dan Setyawan, 2016). Kemudahan dalam penggunaan aplikasi harus didukung dengan kinerja karyawan yang maksimal yang diwujudkan melalui pemberian layanan berkualitas akan dapat membantu menciptakan strategi kompetitif untuk menghadapi persaingan. Hal tersebut saling terkait karena adanya pengetahuan, keterampilan dan pengalaman (misalnya terdapat

role model) maka para pengemudi dapat diarahkan kariernya ke arah kewirausahaan. (Galanakis dan Giourka, 2017).

Berdasarkan data PriceWaterhouseCoopers (2016), delapan persen dari semua orang dewasa telah berpartisipasi dalam beberapa bentuk otomotif *sharing*. Satu persen telah melayani sebagai penyedia di bawah model baru ini, mengantar pengguna roda empat mereka per jam, hari atau minggu. Karena sekarang bisnis otomotif menjadi sebuah bisnis roda empatitas dalam *sharing economy* maka produsen harus menemukan cara untuk meningkatkan nilai tambah misalnya berpengemudi dengan transportasi umum di kota yang sistem transportasinya buruk atau kurang dimanfaatkan, sehingga dapat bertahan di era digital. Misalnya contohnya, taksi bluebird sebagai penyedia transportasi taksi berinvestasi pada Go-Jek atau Astra Internasional sebagai produsen roda empat berinvestasi juga kepada Go-Jek.

Peneliti memperoleh data dengan melakukan observasi menggunakan pendekatan *indepth interview* kepada para pengemudi taksi daring. Terdapat dua situasi dan kondisi untuk memperoleh data yaitu pertama pada saat melakukan perjalanan dan kedua pada saat mereka sedang beristirahat. Berbicara tentang kepribadian masing – masing pengemudi itu berbeda, disini Peneliti mengamati dan mendokumentasikan bagaimana kepribadian yang berkenan dan tidak berkenan bagi pengguna. Lokasi observasi dan wawancara dilakukan di sekitar pusat perbelanjaan

dan sekitar apartemen dikawasan Jakarta Utara, Jakarta Pusat, Jakarta Timur, dan Jakarta Barat.

Penelitian ini memiliki *research question* yang berkaitan dengan Kepribadian Wirausaha pada pengemudi pengemudi daring dengan alasan bahwa peneliti menduga bahwa pengemudi pengemudi memiliki beberapa kepribadian yang berbeda dengan kepribadian umumnya seorang wirausaha. Pada penelitian ini, peneliti menduga bahwa adanya latar belakang dan model bisnis yang berbeda memiliki keterikatan terhadap kepribadian seorang wirausahawan. Berdasarkan Alma (2011) Sifat kepribadian dari wirausahawan dinilai memiliki pengaruh positif pada prestasi organisasi, sebaliknya seseorang yang tidak memiliki nilai kewirausahaan terdapat pengaruh negatif terhadap kinerja organisasi. Apabila para pengemudi taksi daring memiliki Kepribadian Wirausaha sudah pastinya akan berpengaruh positif terhadap kinerja platform daring. Sifat kepribadian seorang wirausahawan yang tinggi menurut Lee (2018); Mehdi dan Hamid (2015) misalnya memiliki *internal control* yang tinggi, bersedia dalam menanggung resiko yang tinggi, keperluan berprestasi yang tinggi, selalu berusaha supaya memperbaiki diri ke arah yang lebih baik dengan mengubah tata cara mengelola usaha. Prestasi usaha yang dikelola oleh wirausaha yang memiliki sifat wirausaha tinggi akan lebih baik dibandingkan dengan usaha yang dikelola oleh wirausaha yang memiliki sifat kepribadian wirausaha rendah (Alma, 2011). Sehingga, Peneliti memiliki rasa keingintahuan, apakah terdapat pengaruh *platform* Go-Jek maupun Grab dengan memiliki pengemudi pengemudi yang memiliki kepribadian

kepribadian sebagai seorang wirausaha maupun tidak memiliki dalam menjalankan profesinya sebagai pengemudi pengemudi taksi daring.

Kepribadian Wirausaha tidak hanya dimiliki oleh seorang *entrepreneur* atau pebisnis saja, karena pada dasarnya belum ada Penelitian yang membuktikan bahwa kepribadian tersebut bisa jadi juga dimiliki oleh para karyawan, pengemudi *entrepreneur*, maupun seorang pelajar atau mahasiswa. Dapat dilihat bahwa secara luas *entrepreneur* itu memiliki kepribadian yang mampu menggerakkan segala aspek yang menjadikan komando bagi berjalannya bisnisnya. Namun, tidak semua *entrepreneur* memiliki Kepribadian Wirausaha yang sama dan hal tersebut yang menjadikan bahwa sebenarnya menjadi seorang *entrepreneur* itu dapat dipelajari dan butuh adanya pengalaman maupun jam terbang yang tinggi.

Era *Sharing Economy* ini mengapa seseorang menjadi pengemudi taksi daring sebagai karir utamanya sehingga dihadapkan pada kebutuhan dan sebuah kesempatan. Apakah niatan mereka telah dikonsepsi terlebih dahulu misalnya penjelasan dalam Penelitian (Galanakis dan Giourka, 2017) dimana konsep kewirausahaan ditunjukkan dengan tahap awal yaitu adanya niat dalam berkarir, realisasi rencana berwirausaha, serta terutama dipengaruhi dari faktor pribadi dan sosial. *Entrepreneur* adalah agen utama dari kegiatan usaha, dan kewirausahaan dengan melibatkan pengakuan, evaluasi, eksploitasi peluang didefinisikan sebagai rangkaian tindakan seorang *entrepreneur* (Mehdi dan Hamid, 2015). Bagaimana cara merefleksikan Kepribadian

Wirausaha seorang pengemudi taksi daring dalam menerapkan teknologi komunikasi sehingga memberikan perubahan *mindset* dan kebiasaan masyarakat akan penggunaan taksi daring menjadi permasalahan yang akan diangkat dalam Penelitian ini. Uraian sebab akibat dalam latar belakang Penelitian dapat disimpulkan bahwa judul yang tepat adalah **Menggali Kepribadian Wirausaha Para Pengemudi Taksi Daring di Jakarta.**

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana alasan seseorang bergabung dan memilih pengemudi taksi daring sebagai karir utamanya?
2. Indikator apa yang dapat menentukan bahwa seseorang yang menjadikan karir utamanya sebagai pengemudi taksi daring memiliki Kepribadian Wirausaha?
3. Bagaimana *Customer value* yang ditawarkan para pengemudi taksi daring yang memiliki kepribadian wirausahawan kepada para pengguna sehingga mereka memperoleh penilaian tinggi dalam *performance*-nya?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Penelitian ini memiliki tujuan untuk menemukan alasan seseorang bergabung dan memilih menjadi seorang pengemudi taksi daring sebagai karir utamanya.
2. Penelitian ini memiliki tujuan untuk menentukan indikator - indikator yang menunjukkan seorang pengemudi taksi daring memiliki Kepribadian Wirausaha.

3. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengidentifikasi *customer value* yang ditawarkan oleh pengemudi taksi daring yang memiliki karakter kewirausahaan sehingga mereka memperoleh penilaian tinggi dalam *performance*-nya.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Teoritis

a. Penelitian ini dapat menjadi bahan referensi dalam pengembangan ilmu pengetahuan tentang Kepribadian Wirausaha seorang pengemudi taksi daring.

b. Praktis

a. Penelitian ini dimaksudkan supaya menjadi masukan bagi Kementrian Perhubungan dalam menyusun kebijakan transportasi daring yang bijak dan evaluasi kebijakan tersebut.

b. Penelitian ini memberikan sudut pandang yang berbeda sehingga dapat digunakan bagi perusahaan *platform* transportasi daring dalam meningkatkan kualitas bisnisnya serta pengemudi pengemudi taksi daring.