BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan sektor transportasi khususnya transportasi online semakin pesat seiring dengan perkembangan teknologi informasi. Transportasi online di Indonesia mulai pada tahun 2014 dengan masuknya Uber Taxi. Berbeda dengan taksi konvensional, Uber taxi mengusung konsep penggunaan kendaraan pribadi sebagai armada. Jenis kendaraan yang dipilih bukan kendaraan biasa, justru kendaraan kelas menengah atas dengan tahun keluaran tinggi. Cara pemesanannya pun juga sudah menggunakan aplikasi sehingga memudahkan masyarakat untuk mengaksesnya.

Kesuksesan Uber Taxi mendorong anak bangsa menciptakan aplikasi sejenis dengan konsep yang berbeda. Pada awalnya, Nadiem Makarim, pendiri sekaligus CEO PT. Aplikasi Karya Anak Bangsa atau yang lebih dikenal dengan Go-Jek Indonesia membuat aplikasi transportasi yang memanfaatkan sepeda motor sebagai armada atau ojek konvensional yang dikonfergensikan menjadi ojek berbasis online. Sepeda motor dinilai lebih efektif dan efisien untuk digunakan di Jakarta mengingat kondisi kemacetan ibukota. Meskipun pada awal kemunculan mendapat penolakan dari pihak ojek pangkalan atau organisasi angkutan kota bahkan sampai pada tindakan yang bersifat kekerasan fisik, namun faktanya aplikasi Go-Jek mampu memenuhi kebutuhan masyarakat serta menjadi bagian yang tidak dapat dipisahkan dalam kehidupan masyarakat saat ini.

Melihat kebutuhan masyarakat yang bervariasi, Go-Jek Indonesia mulai merambah kendaraan roda empat sebagai armada dengan nama Go-Car. Tak jauh berbeda dengan Go-Ride, aplikasi Go-jek dengan armada sepeda motor, Go-Car juga dapat dipesan menggunakan aplikasi Go-Jek. Harga yang dibebani untuk sekali perjalanan juga tergolong lebih murah dibandingkan taksi konvensional. Kenyamanan, kemudahan akses dan kecepatan menjadi nilai tambah yang bisa penumpang dapatkan dibandingkan dengan kendaraan publik lainnya.

Sukses di ibukota, Go-Jek Indonesia mulai merambah pulau Sumatera termasuk Sumatera Barat. Kota Padang menjadi kota pertama beroperasinya Go-Jek, tepatnya pada tanggal 1 April 2017. (kabarpadang.com, 18 Juni 2017) Antusias masyarakat Kota Padang menggunakan aplikasi Go-Ride cukup tinggi, dilihat dari banyaknya pengemudi Go-Ride yang berkeliaran di jalanan dengan jaket hijaunya yang khas. Ditambah lagi dengan demo-demo penolakan oleh ojek pangkalan dan para supir angkot. Spanduk berisi larangan penjemputan dan pengantaran penumpang pun terpasang di perumahan, sekolah, rumah sakit dan tempat umum lainnya sebagai bentuk penolakan kehadiran Go-Jek. Hal serupa juga terjadi hampir di seluruh kota operasional Go-Jek.

Berselang dua bulan, Go-Car pun mulai beroperasi di Kota Padang, tepatnya tanggal 1 Juni 2017. Tak kalah populer dengan Go-Ride, Go-Car juga memiliki peminatnya sendiri. Khususnya saat penumpang melakukan perjalanan bersama rekan dan keluarga atau lebih mengutamakan kenyamanan selama di perjalanan. Saat kondisi hujan, orderan Go-car dari penumpang melimpah. Harga yang dibebankan kepada penumpang juga naik saat permintaan orderan di suatu daerah tinggi.

Sebenarnya Grab lebih dulu beroperasi di Kota Padang dengan layanan GrabTaxi, yang bekerja sama dengan Taxi Express. Namun tidak begitu populer. Masuknya Go-Jek Indonesia membuat Grab merasa perlu mengembangkan layanannya. Barulah kemudian muncul layanan Grab-Bike, Grab-Car dan Grab-Express. Pendaftaran calon mitra Grab-Bike dan Grab-Car pun terbuka lebar. Grab juga mulai gencar dalam promosi. Ada banyak diskon yang ditawarkan untuk menarik calon penumpang. Selama dua tahun beroperasi di Kota Padang, banyak perubahan yang terjadi. Mulai dari kebijakan poin dan bonus yang ditawarkan perusahaan penyedia aplikasi, pertumbuhan jumlah mitra Go-Car dan Grab-Car serta strategi-strategi yang dipakai pengemudi untuk mengumpulkan poin dan memaksimalkan pendapatan. Adapun perubahan skema poin dan bonus pada masing-masing aplikasi penulis jabarkan sebagai berikut :

Tabel 1.1. Perubahan Poin dan Bonus Harian Go-Car Padang

1 Juni 2017 - 23 Maret 2018	***24 Maret 2018 – Sekarang***
7 poin = Rp.75.000,- 9 poin = Rp.100.000,- 12 poin = Rp.125.000,- Total bonus harian = Rp.300.000,-	8 poin = Rp.80.000,- 15 poin = Rp.120.000,- Total bonus harian = Rp.200.000,-

Sumber : www.kumparan.com

Adanya peningkatan target poin diiringi dengan penurunan bonus harian yang selisihnya cukup jauh membuat para pengemudi protes. Ratusan pengemudi Go-Car melakukan *off-bid* atau mogok dari aplikasi selama beberapa hari. Salah seorang pengemudi Go-Car di Kota Padang menilai kebijakan tersebut sangat merugikan pengemudi. “Poin yang lama saja kita susah juga tutup poin. Harus berpandai-pandai. Apalagi sekarang poinnya jadi nambah. Uangnya berkurang banyak. Kurang cocok dengan biaya operasional kita. Belum lagi driver yang makin banyak, makin susah lah.” (wawancara Ahmad Febrianta, 20 Februari 2019)

Selain melakukan aksi mogok, para pengemudi yang terdiri dari beberapa komunitas dan organisasi yang tergabung dalam Perkumpulan Angkutan Padang Online (P-APO) juga mengirimkan surat kepada perusahaan untuk mempertanyakan sekaligus menolak kebijakan penyesuaian poin dan bonus tersebut. Namun surat tersebut tidak pernah ditanggapi seperti surat-surat penolakan dari daerah lainnya yang juga mengalami perubahan skema, sehingga mau tidak mau pengemudi yang harus menyesuaikan kebijakan. Jika ingin bertahan sebagai mitra, maka satu-satunya jalan ialah dengan mengikuti kebijakan perusahaan atau berhenti menjadi mitra.

Beda halnya dengan Grab-Car. perubahan skema poin dan bonus cukup sering terjadi. Berdasarkan pengamatan penulis, ketika awal beroperasinya Grab-Car di Padang, perusahaan menggunakan sistem poin per jam sibuk. Artinya, ada sejumlah poin yang harus dipenuhi pada jam-jam tertentu dengan sejumlah bonus. Kemudian juga ada poin dan bonus tambahan diluar jam yang ditentukan. Seiring pertumbuhan

pengemudi, perusahaan mulai mengubah skema dengan total bonus harian Rp.450.000,-. Masih sepinya pengguna Grab-Car di Kota Padang tidak memungkinkan pengemudi untuk mengumpulkan poin dengan maksimal sekalipun bonus yang ditawarkan pada saat itu lebih besar dari yang ditawarkan Go-Car. Skema terus berubah sesuai dengan pertumbuhan pengemudi. Bahkan setiap pengemudi memiliki skema poin yang berbeda tergantung dari peforma dan kepatuhan terhadap kode etik.

Tabel 1.2. Perubahan Poin dan Bonus Harian Grab-Car Padang

Awal	***Perubahan 1***
Berlaku Jam sibuk dari jam 06.00-09.00 wib dan 15.00-18.00 wib. Total Bonus Harian : Rp.450.000,-	Skema Poin : 4,7,12 Total Bonus Harian : Rp.350.000,-
Perubahan 2	***Perubahan 3***
Skema Poin : 4,7,12 Total Bonus Harian : Rp.280.000,-	Skema Poin : 4,7,12 Total Bonus Harian : ada yang Rp.250.000 dan Rp.220.000,-
Perubahan 4	***Perubahan 5***
Skema Poin : 4,7,12 Total Bonus Harian : Rp.200.000,-	Skema Poin : 7, 13 Total Bonus Harian : Rp.170.000,-

Sumber : Telah Diolah Kembali

Selain perubahan skema poin dan bonus tersebut, grab juga menerapkan program ekstra, yaitu program tanpa bonus bagi pengemudi yang terlalu sering melanggar kode etik perusahaan. Juga ada *suspend* tanpa bonus selama 3 hari, 7 hari, 15 hari dan 1 bulan tergantung tingkat kecurangan atau pelanggaran yang dilakukan yang telah dikalkulasikan secara berkala sebelumnya. Umumnya pengemudi menggunakan dua aplikasi sekaligus, Go-Car dan Grab-Car. Saat menerima orderan dari aplikasi Go-Car, maka biasanya pengemudi menonaktifkan aplikasi Grab-Car, begitupun sebaliknya.

Pertumbuhan pengemudi pada kedua aplikasi juga sangat cepat. Pada awal beroperasinya Go-Car di Kota Padang jumlahnya hanya puluhan, sehingga lebih mudah dan cepat bagi pengemudi untuk mengumpulkan poin. Bonus dan ongkos yang didapatkan juga cukup tinggi. Berdasarkan wawancara awal yang penulis lakukan dengan beberapa pengemudi yang bergabung sejak awal hadirnya Go-Car, mereka mengaku bisa mendapatkan pendapatan dari ongkos dan bonus sekitar Rp.500.000,- hingga Rp.1.000.000,- per hari. Waktu operasional juga cukup singkat, 6-8 jam dalam satu hari. Banyak diantara mereka yang awalnya menjadikan profesi pengemudi taksi online sebagai pekerjaan sampingan mulai beralih menjadi profesi utama karena pendapatan yang dihasilkan lebih besar.

Tidak ada data resmi yang dirilis berapa jumlah pasti pengemudi Go-Car dan Grab-Car yang ada di Kota Padang saat itu. Jumlahnya berkisar ratusan bahkan sampai seribu orang. Penulis mencoba mengkonfirmasi hal ini kepada pihak Kantor Cabang Go-Car dan Grab-Car Padang ketika mengajukan surat penelitian. Pak Siddiq, salah satu staf di Kantor Grab Padang mengatakan bahwa mereka tidak bisa memberikan data apapun terkait perusahaan kepada siapapun termasuk penelitian ilmiah seperti yang penulis sedang lakukan. Menurutnya ada kebijakan internal dari perusahaan untuk tidak memberikan data-data perusahaan termasuk pertumbuhan pengemudi di Kota Padang. Hal yang sama juga penulis dapati ketika memasukkan surat penelitian ke Go-Car Padang. Salah seorang satpam di kantor tersebut mengatakan akan mengonfirmasi terlebih dahulu kepada pihak humas. Namun ia berdalih biasanya mereka memang tidak bisa menerima penelitian dan memberikan data apapun. Hingga penelitian ini selesai dilakukan tidak ada tindak lanjut dari surat penelitian tersebut. Penulis juga mencoba mengakses pada website resminya. Tetap tidak ada info mengenai pertumbuhan pengemudi di daerah.

Pertumbuhan yang cepat mengakibatkan adanya pergesekan sosial. Jumlah pengemudi yang sudah tidak sesuai dengan jumlah penumpang membuat pengemudi semakin sulit mengumpulkan poin. Pihak ojek pangkalan dan pengusaha angkutan

umum juga mengeluhkan penurunan omset yang drastis. Belum adanya regulasi yang mengatur membuat pemerintah tidak bisa berbuat banyak menanggapi demo-demo yang dilakukan masyarakat. Sampai pada akhirnya pemerintah melalui kementerian perhubungan mengeluarkan kebijakan mengenai jumlah maksimal pengemudi ojek dan taksi online di setiap daerah. Untuk Sumatera Barat dibatasi menjadi 400 orang. (liputan6.com, 3 Januari 2018). Berdasarkan pengamatan penulis di lapangan, umumnya pengemudi taksi online berkumpul dan membentuk komunitas dengan jumlah yang beragam berdasarkan daerah operasional. Lokasi yang dipilih umumnya warung kopi atau warung nasi dengan parkiran yang luas dan dekat dengan tempat-tempat yang banyak orderannya. Sebagian besar dari komunitas tersebut bergabung dalam Perkumpulan Angkutan Padang Online (P-APO), sebagian kecil lainnya beroperasi secara perorangan tanpa komunitas apapun.

Adanya kebijakan pembatasan jumlah kuota pengemudi untuk setiap daerah mengakibatkan banyaknya pengemudi yang putus mitra, artinya tidak lagi menjadi bagian dari aplikasi tersebut. Pengemudi yang merasa tidak cocok pendapatan yang diperoleh dengan operasional yang dikeluarkan juga memilih alternatif pekerjaan lain. Sedangkan pengemudi yang memilih bertahan dengan berbagai pertimbangan mau tidak mau harus mengikuti regulasi yang dikeluarkan perusahaan dan berpandai-pandai di lapangan untuk memaksimalkan pendapatan.

Ada banyak cara yang biasanya dilakukan oleh pengemudi. Berdasarkan informasi awal yang penulis dapatkan di lapangan, pengemudi sebisa mungkin memberikan pelayanan maksimal kepada penumpang agar diberi ongkos lebih. Mulai dari berkomunikasi dengan baik ketika menghubungi penumpang untuk mengonfirmasi lokasi penjemputan, kemudian berkomunikasi sewajarnya sehingga penumpang nyaman selama di perjalanan serta memperhatikan kondisi kendaraan agar tetap bersih dan wangi. Biasanya penumpang memberikan ongkos lebih kepada pengemudi jika merasa mendapatkan pelayanan yang baik. Tamu-tamu dari luar daerah biasanya juga meminta rekomendasi tempat-tempat wisata yang bisa dikunjungi, pusat oleh-oleh dan kuliner. Ketika pengemudi mampu berkomunikasi

dengan baik dan memberi rekomendasi yang tepat, maka umumnya tips yang mereka berikan lebih besar dari ongkos yang tertera di aplikasi. Tidak jarang mereka juga meminta untuk diantarkan kembali selama berada di Kota Padang tanpa aplikasi atau *offline*. Disaat banyak pengemudi mengeluhkan kecilnya pendapatan yang diperoleh, tetap saja ada sebagian pengemudi yang bisa mendapatkan penghasilan yang maksimal.

Persoalan lain yang muncul adalah tidak semua pengemudi taksi online memiliki kemampuan komunikasi yang baik. Perbedaan sosial budaya, pendidikan, pengalaman pekerjaan, usia, status ekonomi dan perbedaan lainnya antara sesama pengemudi menghasilkan jenis komunikasi yang sangat beragam. Ada yang hanya diam selama mengantarkan penumpang. Ada yang cepat marah ketika penumpang bersikap atau bertutur kata yang tidak sesuai dengan selera pengemudi. Ada juga yang mampu menempatkan dirinya sebagai pengemudi taksi online dan berusaha memberikan pelayanan terbaik sekalipun dalam kehidupan sehari-hari ia memiliki status sosial atau pekerjaan yang lebih baik.

Banyak masalah yang muncul hanya perkara komunikasi interpersonal antara si pengemudi dengan penumpang yang tidak efektif. Pihak yang dirugikan tentu keduanya. Penumpang tidak nyaman dengan pelayanan yang diberikan pengemudi sehingga memberikan penilaian buruk. Pengemudi juga merasakan dampak yang lebih besar, mulai dari *suspend* (sejenis skorsing harian), pengurangan poin dan bonus sampai pada putus mitra. Sekarang sistemnya jauh lebih baik, pengemudi bisa memberikan penilaian berupa bintang dan komentar untuk setiap penumpang. Hal ini berfungsi sebagai antisipasi ketika si penumpang memberikan penilaian buruk kepada pengemudi. Sebelumnya komunikasi hanya berjalan satu arah. Hanya penumpang yang memberikan penilaian. Penelitian ini menarik untuk dikaji mengingat banyaknya ragam komunikasi interpersonal yang terjadi antara pengemudi taksi online dengan penumpang.

Sejauh ini penulis belum menemukan penelitian sejenis yang mengkaji komunikasi interpersonal antara pengemudi taksi online dengan penumpang di Kota Padang maupun di wilayah lainnya. Begitupun antara pengemudi Go-Ride (sepeda motor) dengan penumpang. Sebagian besar penelitian mengenai transportasi online membahas tentang kegiatan promosi yang dilakukan perusahaan, dampak penggunaan teknologi terhadap kehidupan sosial masyarakat dilihat dari sudut teori divusi inovasi serta upaya pengemudi meningkatkan penghasilan dilihat dari sisi ekonomi. Sementara penulis memandang dari sudut komunikasi yang dilakukan pengemudi dan penumpang dari fenomena yang terjadi sehari-hari. Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk mengkaji penelitian ini lebih lanjut. Adapun judul penelitian ini adalah **Komunikasi Interpersonal Pengemudi Taksi Online (Studi Fenomenologi Komunikasi dengan Penumpang di Kota Padang).**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah penelitian ini adalah **"Bagaimana Komunikasi Interpersonal Pengemudi Taksi Online (Studi Fenomenologi Komunikasi dengan Penumpang di Kota Padang)"**

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan penelitian ini antara lain :

1. Menganalisis komunikasi interpersonal yang dilakukan pengemudi taksi online pada penumpang.
2. Menganalisis upaya-upaya komunikasi yang dilakukan pengemudi taksi online dalam memberikan pelayanan kepada penumpang.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis

Secara akademis penelitian ini diharapkan mampu memberikan wawasan keilmuan tentang pentingnya komunikasi interpersonal yang efektif dalam memberikan pelayanan yang maksimal, dalam hal ini antara pengemudi taksi online dengan penumpang yang ada di Kota Padang. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat khususnya bagi Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Andalas.

1.4.2 Manfaat Praktis

Secara praktis penelitian ini diharapkan mampu menggambarkan realita aktivitas komunikasi interpersonal yang dilakukan pengemudi taksi online dengan penumpang. Hasil penelitian diharapkan mampu melahirkan sebuah kesimpulan yang bermanfaat khususnya bagi pengemudi taksi online dalam berkomunikasi dengan penumpang sehingga pelayanan yang diberikan semakin baik dan pendapatan juga semakin maksimal. Kemudian penelitian ini juga bisa menjadi bahan evaluasi bagi pihak perusahaan taksi online agar lebih mendengarkan keluhan mitra, memperhatikan kesejahteraan mitra serta meminimalisir tindakan kecurangan yang terjadi di lapangan.

UNIVERSITAS ANDALAS
UNTUK KEDJAJAAN BANGSA