



**Universitas Katolik Parahyangan**  
**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**  
**Program Studi Ilmu Hubungan Internasional**

*Terakreditasi A*

*SK BAN –PT NO: 451/SK/BAN-PT/Akred/S/XI/2014*

**Uber dan Industri Jasa Transportasi di Indonesia**

Skripsi

Oleh

Jovita Putri

2014330098

Bandung

2018



**Universitas Katolik Parahyangan**  
**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**  
**Program Studi Ilmu Hubungan Internasional**

*Terakreditasi A*

*SK BAN –PT NO: 451/SK/BAN-PT/Akred/S/XI/2014*

**Uber dan Industri Jasa Transportasi di Indonesia**

Skripsi

Oleh

Jovita Putri

2014330098

Pembimbing

Dr. Aknolt Kristian Pakpahan, S.IP., M.A.

Bandung

2018



Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi Ilmu Hubungan Internasional



**Tanda Pengesahan Skripsi**

Nama : Jovita Putri  
Nomor Pokok : 2014330098  
Judul : Uber dan Industri Jasa Transportasi di Indonesia

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana  
Pada Selasa, 9 Januari 2018  
Dan dinyatakan **LULUS**

**Tim Penguji**

**Ketua sidang merangkap anggota**  
Sapta Dwikardana, Ph.D.

: 


**Sekretaris**  
Dr. Aknolt Kristian Pakpahan, S.IP., M.A.

: 

**Anggota**  
Albert Triwibowo, S.IP., M.A.

: 

Mengesahkan,  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

  
Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si.



## Pernyataan

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Jovita Putri  
NPM : 2014330098  
Jurusan/Program Studi : Ilmu Hubungan Internasional  
Judul : Uber dan Industri Jasa Transportasi di Indonesia

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukan merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat pihak lain yang dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku apabila di kemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung,



Jovita Putri

## Abstrak

Nama : Jovita Putri  
NPM : 2014330098  
Judul : Uber dan Industri Jasa Transportasi di  
Indonesia

---

Penelitian ini berfokus pada perubahan yang ditimbulkan Uber terhadap persaingan bisnis dalam industri jasa transportasi di Indonesia. Sebagai produk dari Revolusi Teknologi dan Informasi, Uber mencetak sukses berkeliling dunia dengan teknologi aplikasinya, serta mengguncang industri jasa transportasi di seluruh dunia, termasuk Indonesia. Kehadirannya di Indonesia yang semakin mantap telah menimbulkan kekhawatiran di antara perusahaan taksi lokal dan regulator. Adapun pertanyaan penelitian yang dicoba untuk dijawab, adalah “Bagaimana keberadaan Uber dapat mengubah persaingan bisnis dalam industri sektor jasa transportasi di Indonesia?” Untuk menjawab pertanyaan penelitian di atas, penulis menggunakan Pendekatan Pluralisme, Teori *Disruptive Innovation*, konsep Revolusi Teknologi dan Informasi, dan konsep persaingan bisnis. Pendekatan Pluralisme menekankan pada aktor non-negara sebagai aktor penting dalam sistem internasional di samping aktor negara. Teori *Disruptive Innovation*, merupakan teori respon kompetitif yang memperkenalkan jenis kompetisi yang baru, serta respon pemain lama yang diberikan terhadap inovasi pemain baru dalam industri. Selain pendekatan dan teori, penulis juga menggunakan konsep Revolusi Teknologi dan Informasi untuk menjelaskan digitalisasi dalam industri, konsep persaingan bisnis, yang berfokus pada kompetisi bisnis sebagai cara yang dilakukan pelaku bisnis untuk memperebutkan pasar. Penelitian ini menemukan, bahwa industri jasa transportasi domestik mulai beradaptasi dengan perubahan yang dibawa Uber. Akibatnya, kehadiran Uber mulai mengubah wajah industri jasa transportasi Indonesia. Guncangan dalam industri jasa transportasi domestik memaksa perusahaan-perusahaan taksi konvensional yang masih bertahan untuk mengubah haluan bisnisnya. Perubahan ini ditunjukkan dari respon perusahaan taksi konvensional di Bandung yang perlahan-lahan mengejar ketertinggalannya dari Uber. Selain pelaku bisnis, regulator juga mulai mengejar ketertinggalannya dengan mengeluarkan serangkaian peraturan baru yang diharapkan dapat menjembatani kepentingan berbagai pemangku kepentingan. Respon yang ditunjukkan industri menandai babak baru dari persaingan dalam industri jasa transportasi di Indonesia.

Kata kunci: Uber; Industri Jasa Transportasi Indonesia; *Sustaining Innovation*; Persaingan Bisnis

## **Abstract**

Name : Jovita Putri  
Student Identification Number : 2014330098  
Title : Uber and Indonesia's Transportation Industry

---

This research focuses on Uber and the changes it brought to business competition in the realm of Indonesia's transportation industry. As a product of Information and Technological Revolution, Uber has been more than successful with its 'Uber app' to travel the world in a lightning speed and to stir transportation industry in a global scale, including Indonesia. In such a young age, Uber has been more than successful to travel the world in a lightning speed and to stir transportation industry in a global scale, including Indonesia. Its gaining presence in the country has raised concern among local taxi companies and regulators. As the new behemoth in the industry, Uber shows no sign of slowing down. Therefore, this research aims to answer the research question, "How is Uber's presence in the country changing the game in Indonesia's transportation industry?" In order to answer the research question, this research uses Pluralism Approach, Disruptive Innovation Theory, Information and Technological Revolution Concept, and business competition concept. Pluralism is an approach that emphasizes non-state actors as significant actors in international system, along with state actors. The Disruptive Innovation Theory is essentially a competitive respond theory. It introduces the new kind of competition, as well as the kind of respond incumbents might give in order to survive in the industry. Information and Technological Revolution Concept is used to elaborate the digitalization in the industry. As for the business competition concept, it focuses on business competition as the means to dominate market. This research finds that Uber's presence in Indonesia is starting to change the face of its transportation industry. Shocks in the industry predominantly forced the remaining local taxi companies to change its course. Local taxi companies in Bandung have slowly been catching up to Uber. Regulators, too, are catching up with Uber, by exercising its regulatory power over the industry for couple years. The new regulation is hoped to accommodate the interests of various stakeholders. The responds shown by the remaining local taxi companies, as well as regulators marked the new stage of competition in the country's growing transportation industry.

Keywords: Uber; Indonesia's Transportation Industry; Sustaining Innovation; Business Competition

## **KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan penelitian dengan judul “Uber dan Industri Jasa Transportasi di Indonesia.” Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar akademik Strata-1 Program Studi Ilmu Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Katolik Parahyangan.

Dalam skripsi ini, penulis mencoba mengupas fenomena yang tengah terjadi dalam industri jasa transportasi Indonesia. Kemunculan perusahaan teknologi sebagai penyedia jasa transportasi berbasis aplikasi tengah mendapatkan perhatian. Kehadirannya dalam industri jasa transportasi telah membawanya ke dalam perdebatan panas. Kehadirannya pun memberikan efek yang luar biasa dalam industri. Alhasil, berbagai perubahan yang dibawa ikut mengubah wajah industri, hanya dalam kurun waktu kurang dari lima tahun. Penulis berharap dengan adanya penelitian ini, pembaca mendapatkan gambaran mengenai perubahan yang ditimbulkan perusahaan teknologi penyedia jasa transportasi terhadap industri jasa transportasi di Indonesia.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan dapat terselesaikan tanpa adanya bantuan, bimbingan, serta dukungan dari berbagai pihak yang ikut membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini. Maka dari itu, dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua penulis, yang terus mendukung penulis selama penyusunan skripsi ini.
2. Adik penulis, Meinard Diaz Putra, dan kakak penulis, Edita Carla Octavianti, sebagai pendukung nomor satu dalam penyusunan skripsi penulis.
3. Bapak Dr. Aknolt Kristian Pakpahan, S.IP., M.A., selaku pembimbing.
4. Ibu Sylvia Yazid, Ph.D, selaku Ketua Program Studi Ilmu Hubungan Internasional.
5. Teman-teman seperjuangan yang mendukung penulis selama penyusunan skripsi ini.

Penulis juga menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan. Demi penyempurnaan skripsi ini, penulis memohon kritik dan saran yang bersifat membangun. Akhir kata, penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Bandung, Januari 2018

Jovita Putri



## DAFTAR ISI

Abstrak .....	i
Abstract .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GRAFIK.....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	7
1.2.1 Pembatasan Masalah .....	11
1.2.2 Perumusan Masalah .....	12
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	13
1.3.1 Tujuan Penelitian .....	13
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	13
1.4 Kajian Literatur.....	14
1.5 Kerangka Pemikiran.....	18
1.5.1 Pendekatan Pluralisme .....	19
1.5.2 Teori <i>Disruptive Innovation</i> .....	20
1.5.3 Revolusi Teknologi dan Informasi.....	24
1.5.4 Konsep Persaingan Bisnis .....	26
1.6 Metode Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data.....	28
1.6.1 Metode Penelitian.....	28
1.6.2 Teknik Pengumpulan Data.....	29
1.7 Sistematika Pembahasan.....	30
1.8 Timeline Penulisan.....	31
BAB II UBER TECHNOLOGIES, INC.....	33

2.1 ‘Goliath’ Silicon Valley .....	33
2.1.1 Di Balik Layar Uber .....	35
2.1.2 Produk Digital Jebolan Uber Technologies, Inc. ....	37
2.2 Ekspansi Global Uber .....	39
2.2.1 Jangkauan Kekuatan Global Uber.....	40
2.2.2 Dominasi Global Uber .....	42
2.3 Aktivitas bisnis Uber.....	47
2.3.1 Operasional Uber di Indonesia.....	51
BAB III INDUSTRI JASA TRANSPORTASI INDONESIA.....	54
3.1 Regulasi.....	54
3.2 Kategorisasi.....	58
3.3 Angkutan Taksi Konvensional.....	67
3.4 Pengguna Jasa Transportasi di Indonesia .....	72
3.5 Kisruh Jasa Transportasi Taksi Konvensional vs. Daring .....	74
BAB IV DIGITALISASI INDUSTRI JASA TRANSPORTASI INDONESIA ...	81
4.1 Pertarungan di Era Ekonomi Digital.....	81
4.1.1 Para Pemain Lama.....	83
4.1.2 Adu Kekuatan Lokal vs. Global.....	85
4.2 Pilihan Pengguna Jasa Transportasi di Bandung .....	93
4.3 Inovasi <i>Disruptive</i> vs. <i>Sustaining</i> .....	100
4.4 Digitalisasi Jasa Taksi Konvensional.....	105
BAB V KESIMPULAN.....	118
LAMPIRAN.....	123
DAFTAR PUSTAKA .....	129

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Jumlah Kota Uber di Enam Benua.....	41
Tabel 3.1 Rekapitulasi Data Taksi di 34 Provinsi di Indonesia per 31 Desember 2016.....	71
Tabel 4.1. Rekapitulasi Taksi di Kota Bandung Per 31 Desember 2016.....	83
Tabel 4.3. Perbandingan Tarif Angkutan Taksi dengan Angkutan Sewa Khusus per 10 November 2017.....	116

## DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1. Pendapatan Neto PT Blue Bird Tbk Segmen Taksi Reguler.....	9
Grafik 2.1. Perbandingan Nilai Perusahaan Uber, Ford, dan General Motors.....	42
Grafik 2.2. Persentase Pengguna Uber di Dunia.....	43
Grafik 3.1. Kategorisasi Jasa Transportasi Darat di Indonesia .....	61
Grafik 4.1. Analisa SWOT Angkutan Taksi Konvensional.....	94
Grafik 4.2. Rantai Pemesanan Angkutan Taksi Konvensional via Telepon .....	95
Grafik 4.3. Rantai Pemesanan Angkutan Taksi via <i>Direct Pick-ups</i> .....	96
Grafik 4.4. Rantai Pemesanan Uber .....	97

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Cakupan Geografis Uber dan Kompetitor.....	45
Gambar 3.1. Jasa Transportasi Formal di Indonesia .....	59
Gambar 3.2. Jasa Transportasi Informal di Indonesia.....	60
Gambar 3.3. Stiker dan Kode Khusus Bagi Angkutan Sewa Khusus .....	66
Gambar 3.4. Stiker Angkutan Sewa Khusus .....	66
Gambar 3.5. Sopir Taksi Mogok Bersama.....	75
Gambar 3.6. Sopir Taksi Membawa Senjata Tajam .....	76
Gambar 3.7. Demonstrasi Pengemudi Jasa Transportasi Berbasis Aplikasi.....	78
Gambar 4.2. Tampak Muka Aplikasi MyBlueBird.....	110
Gambar 4.3. Layanan Go-Blue Bird dalam Aplikasi Go-Jek .....	111
Gambar 4.4. Pemesanan AA Taksi via Aplikasi LINE.....	112
Gambar 4.5. Tampak Muka Aplikasi AA Klik .....	113
Gambar 4.6. Layanan GrabTaxi pada Aplikasi Grab.....	115

## DAFTAR LAMPIRAN

Interview Guide 1 .....	123
Interview Guide 2.....	126

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Dewasa ini, bahasan isu dalam hubungan internasional tidak lagi terbatas pada isu-isu yang bersifat *high politics*, namun juga terhadap isu-isu yang tergolong *low politics*. Negara bukan lagi satu-satunya aktor dalam hubungan internasional, melainkan terdapat aktor-aktor non-negara yang kehadirannya mulai diperhitungkan. Pergeseran ini utamanya terjadi karena globalisasi. Globalisasi merupakan fenomena yang disebut-sebut telah mengubah sistem politik dunia di abad ke-21. Globalisasi merupakan fenomena yang memiliki jaringan saling keterkaitan, di mana berbagai kejadian di dunia maupun berbagai keputusan yang diambil di tempat yang jauh sekalipun, dapat memiliki pengaruh terhadap kehidupan seseorang.<sup>1</sup> Globalisasi memungkinkan terjalinnya koneksi antara individu, komunitas, institusi, dan masyarakat yang sebelumnya tidak terhubung, menjadi saling terhubung satu sama lain. Oleh sebab itu, globalisasi juga didefinisikan oleh David Held dan Anthony McGrew sebagai dampak dari keterkaitan dunia yang semakin meluas, intensif, cepat, dan bertumbuh.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Andrew Heywood, *Global Politics* (London: Palgrave Macmillan, 2011), 10.

<sup>2</sup> *Ibid.*, 9.

Globalisasi sendiri dimungkinkan karena adanya kemajuan teknologi. Teknologi kini telah berkembang pada tingkat yang tidak pernah diduga sebelumnya. Ledakan teknologi memengaruhi “setiap dan seluruh segi kehidupan individu, masyarakat, dan negara.”<sup>3</sup> Berkat kemajuan teknologi, jarak dan waktu bukan lagi suatu masalah. Globalisasi telah memperkenalkan era teknologi yang baru. Para ahli seringkali menyebutnya sebagai “*the era of machine learning*.” Teknologi-teknologi inovatif bermunculan setiap saat, tiap tahunnya saja inovasi teknologi komputer telah meningkatkan kapabilitas komputer sebanyak dua kali, begitu juga dengan teknologi informasi yang memanfaatkan penggunaan komputer.<sup>4</sup>

Dampak globalisasi memang sudah tidak terelakkan lagi dan dapat dirasakan dalam berbagai lini kehidupan, salah satunya dalam hal akses. Akses yang dahulu terhambat oleh jarak dan waktu, kini bukanlah suatu kemewahan. Akses terhadap informasi kini dapat dimiliki oleh siapapun. Akses yang lebih mudah dan cepat merupakan hadiah yang diberikan kemajuan teknologi. Seiring dengan teknologi yang terus berkembang, efek globalisasi semakin dapat dirasakan di berbagai kalangan masyarakat. Globalisasi dan teknologi pun tidak dapat dipisahkan satu sama lain, karena dalam globalisasi, terdapat tiga faktor yang saling berhubungan, yaitu teknik, ekonomi, dan politik. Teknik atau teknologi merupakan faktor yang penting dalam globalisasi, khususnya karena tanpa infrastruktur komunikasi modern, sistem global atau

---

<sup>3</sup> Sondang P. Siagian, *Sistem Informasi untuk Pengambilan Keputusan* (Jakarta: PT Gunung Agung, 1982), 5.

<sup>4</sup> TEF, “Speed Technological Advancement,” diakses pada 21 Februari 2017, <http://theemergingfuture.com/speed-technological-advancement.htm>.



perekonomian dunia tidak akan mungkin terbentuk.<sup>5</sup> Sehingga, kemajuan teknologi komplementer terhadap fenomena globalisasi.

Salah satu penemuan teknologi terbesar sepanjang sejarah manusia, adalah internet yang pertama kali diciptakan di bawah nama *ARPANET* oleh *ARPA* (*Advanced Research Project Agency*), sebuah agensi milik Departemen Pertahanan Amerika Serikat.<sup>6</sup> Salah satu instrumen komunikasi penting pada masa Perang Dingin ini, kini melekat menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari. Penggunaan massal internet menstimulasi berbagai perubahan baik politis, sosial, maupun budaya dan memiliki pengaruh 100% global.<sup>7</sup> Akibatnya, dewasa ini, internet dan teknologi secara keseluruhan sudah menjadi suatu kebutuhan.

Pada awal tahun 2000-an, pengguna internet berjumlah 350 juta orang, kemudian melonjak ke angka 2 miliar lebih hanya dalam kurun waktu 10 tahun.<sup>8</sup> Pengguna telepon seluler juga ikut melonjak dari 750 juta ke 6 miliar lebih dalam kurun waktu yang sama.<sup>9</sup> Inilah yang disebut dengan ledakan konektivitas digital. Semakin banyak orang terhubung ke dalam jaringan internet, semakin banyak pula konektivitas yang terjalin. Penggunaan dunia virtual secara tepat dapat menyelesaikan berbagai macam masalah dalam dunia

---

<sup>5</sup> Anthony McGrew, "Globalization and Global Politics," dalam *The Globalization of World Politics*, ed. John Baylis, Steve Smith, dan Patricia Owens (New York: Oxford University Press, 2008), 22.

<sup>6</sup> Cherie Steele dan Arthur A. Stein, "Communications Revolutions and International Relations," dalam *Technology, Development, and Democracy: International Conflict and Cooperation in the Information Age*, SUNY Series in Global Politics, ed. Juliann Emmons Allison (Albany: State University of New York Press, 2002), 40, [http://www.grandstrategy.net/Articles-pdf/Communications\\_Revolution.pdf](http://www.grandstrategy.net/Articles-pdf/Communications_Revolution.pdf).

<sup>7</sup> Eric Schmidt dan Jared Cohen, pengantar dalam *Era Baru Digital*, trans. Selviya Hanna (Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia, 2014), xii.

<sup>8</sup> *Ibid.*

<sup>9</sup> *Ibid.*

nyata, salah satunya masalah efisiensi. Melalui konektivitas digital, pasar, sistem, hingga perilaku tidak efisien dapat dibenahi oleh para penggunanya.<sup>10</sup>

Para pengguna teknologi bahkan semakin dimanjakan oleh penemuan-penemuan baru yang kian lama kian canggih. Bukan lagi komputer, kini alat yang ada di kantong setiap orang, yaitu *smartphone* (telepon pintar) sudah tidak menjadi barang mewah yang hanya dimiliki oleh kalangan atas, melainkan sudah menjadi suatu kebutuhan. Telepon pintar yang harganya mahal hingga murah sekalipun semakin mudah ditemukan. Penggunaannya dapat menikmati beragam fitur dan aplikasi menarik melalui toko aplikasi virtual, seperti *Play Store* (dalam Android), *AppStore* (dalam iPhone), *Windows Store App* (dalam Windows Phone), dan *BlackBerry World* (dalam BlackBerry). Telepon pintar tersebut dikemas sedemikian rupa, sehingga menjadi bagian penting dalam hidup.

Teknologi memungkinkan penggunaannya untuk menjadi lebih efisien, produktif, dan kreatif. Salah satu bukti konkret, adalah kemajuan teknologi telah memungkinkan aktivitas ekonomi yang biasa membutuhkan kehadiran fisik menjadi kehadiran virtual. Berbelanja di toko buku, pasar, atau mall dapat dilakukan hanya dengan sentuhan jari dan barang diantarkan ke depan pintu rumah. Seperti yang dikatakan oleh John Naisbitt dalam bukunya *Global Paradox*, “Pada awal abad informasi dari abad kedua puluh satu, semua kemampuan komunikasi yang mungkin saja dibutuhkan akan dapat diletakkan

---

<sup>10</sup> Eric Schmidt dan Jared Cohen, *Era Baru Digital*, trans. Selviya Hanna (Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia, 2014), 2.

di atas meja kerja, di dalam mobil, atau di atas telapak tangan.”<sup>11</sup> Telepon pintar tidak hanya memungkinkan penggunaanya untuk berkomunikasi, melainkan juga memungkinkan terjalannya komunikasi virtual yang mempertemukan penjual dan pembeli layaknya transaksi ekonomi yang dilakukan secara langsung (tatap muka). Inilah yang disebut dengan *e-commerce*.

Kini, kemajuan teknologi juga mendefinisikan cara baru bepergian. Melalui aplikasi telepon pintar, pengguna dapat menikmati jasa transportasi, seperti yang ditawarkan Lyft di Amerika Serikat (A.S.), Didi Chuxing di Tiongkok, Grab di Asia Tenggara, Go-Jek di Indonesia, dan Uber di banyak negara. Perusahaan-perusahaan di atas menunjukkan suatu tren baru, di mana jasa transportasi berbasis aplikasi atau daring mulai banyak ditemui dan tak sedikit pula peminatnya. Perusahaan-perusahaan tersebut mengeluarkan aplikasi telepon pintar yang mengusung ide transportasi daring pada sentuhan jari. Secara sederhana, mereka memfasilitasi pertemuan antara pemilik kendaraan dengan orang yang membutuhkan jasa transportasi. Model bisnis ini dimungkinkan karena kemajuan teknologi.

Hal yang tidak pernah terpikirkan sebelumnya ini memberikan kejutan besar bagi industri taksi konvensional yang mulai khawatir akan eksistensi dan pasarnya yang mulai direbut oleh perusahaan transportasi berbasis aplikasi. Karenanya, kemunculan perusahaan-perusahaan inovatif atau *startups* ini menuai berbagai macam kontroversi dan aktivitas ekonominya telah

---

<sup>11</sup> John Naisbitt, *Global Paradox*, trans. Drs. Budijanto (Jakarta: Binarupa Aksara, 1994), 53.

menyebabkan aksi protes di berbagai negara. Isu mengenai kemunculan perusahaan berbasis aplikasi yang mulai menggeser popularitas industri jasa transportasi konvensional ini menarik untuk diteliti lebih lanjut, karena transportasi merupakan salah satu contoh nyata dan dekat dengan aktivitas sehari-hari. Transportasi dibutuhkan untuk berpindah dari satu tempat ke tempat lain. Kegiatan bertransportasi inilah yang juga menjadikannya 'nyata', karena tidak (atau mungkin belum) dapat dilakukan secara virtual. Teknologi yang ada saat ini memungkinkan untuk melakukan kegiatan transportasi melalui portal virtual tersebut, dalam artian para pengguna jasa transportasi dapat menikmati layanan transportasi yang bisa dipesan secara virtual lewat sentuhan jari.

Dipadukan dengan model bisnis yang inovatif, kombinasi antara teknologi dan moda transportasi ini telah menciptakan pola persaingan bisnis yang baru juga. Cara berpergian mulai didefinisikan dan dibentuk dengan cara yang baru. Menariknya lagi, fenomena ini terjadi tepat di depan mata, serta disaksikan pula oleh miliaran orang di belahan dunia yang lain. Kegiatan sehari-hari yang dilakukan secara 'lokal', tetapi merupakan bagian dari sesuatu yang bersifat 'global'. Semua ini dimungkinkan berkat teknologi yang semakin hari semakin canggih, dan ditambah dengan semakin meluasnya jaringan keterkaitan antarindividu di seluruh dunia.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Abad ke-21 menandakan masa di mana keberadaan teknologi semakin signifikan. Berbagai aktivitas dapat dilakukan melalui telepon pintar, mulai dari bersosialisasi, berbelanja, menonton, bermain, hingga belajar. Kini, telepon pintar pun memfasilitasi penggunaanya untuk berpindah dari titik A ke titik B melalui aplikasi transportasi seluler, seperti Uber. Didirikan pada tahun 2009 oleh Garrett Camp dan Travis Kalanick,<sup>12</sup> Uber merupakan salah satu perusahaan teknologi yang menciptakan aplikasi transportasi seluler yang berhasil menembus pasar global, sekaligus salah satu raksasa di Silicon Valley.

Mengusung konsep *sharing economy* atau ekonomi berbagi, Uber menuai berbagai pro dan kontra. Salah satu pihak yang paling menentang keberadaan Uber adalah industri taksi konvensional di hampir seluruh dunia tempatnya beroperasi. Gesekan yang terjadi antara perusahaan taksi konvensional dengan Uber ini dilandasi praktik Uber yang tidak berlandaskan payung hukum, sementara keduanya beroperasi di pasar yang sama. Perusahaan taksi konvensional menuding Uber melakukan praktik kompetisi yang tidak sehat. Berbagai demo kerap menjadi pemandangan yang biasa kala menyambut kedatangan Uber di suatu kota di negara tertentu. Atau aksi protes tersebut baru muncul ketika perusahaan taksi lokal mulai merasa gerah karena mulai merasakan akibat dari kehadiran Uber. Mulai dari kota-kota di Afrika, hingga

---

<sup>12</sup> Uber Technologies, Inc., "The Uber Story," diakses pada 30 Januari 2017, <https://www.uber.com/en-ID/our-story/>.

kota-kota besar di Amerika Serikat – tempatnya pertama kali diluncurkan – kehadiran Uber tak pernah sepi kritik dan protes.

Hal yang sama terjadi pula di Indonesia. Uber pertama kali memasuki pasar Indonesia pada tahun 2014 silam, tepatnya di Jakarta.<sup>13</sup> Peluncuran Uber di Jakarta merupakan bagian dari ekspansi Uber ke pasar Asia. Kehadiran Uber di Indonesia sempat mendapatkan penolakan keras dari para sopir angkutan taksi, di mana sekitar 6.000 sopir taksi berdemo di jalanan Ibu Kota hingga menutup jalanan dan bahkan berakhir anarkis.<sup>14</sup> Berbagai aksi protes dan demonstrasi para sopir taksi perusahaan taksi konvensional ini dilandasi oleh fakta bahwa belum adanya regulasi yang jelas terkait pengaturan operasional perusahaan penyedia jasa transportasi berbasis aplikasi.

Kehadiran perusahaan penyedia jasa transportasi berbasis aplikasi membuat posisi taksi konvensional makin terhimpit. Peralannya, telah terjadi penurunan jumlah penumpang angkutan taksi konvensional sebanyak 30%.<sup>15</sup> Meskipun kehadirannya bukanlah satu-satunya faktor yang menyebabkan penurunan jumlah penumpang taksi, kehadirannya di industri jasa transportasi domestik memberikan perubahan yang paling jelas dalam penurunan jumlah penumpang tersebut. Penurunan jumlah penumpang angkutan taksi berimbas pada penurunan pendapatan perusahaan-perusahaan taksi konvensional.

---

<sup>13</sup> Aulia Masna, “Uber Looks to Expand After Landing in Jakarta,” terakhir diperbarui pada 18 Agustus 2014, *The Wall Street Journal*, <http://blogs.wsj.com/indonesiarealtime/2014/08/18/uber-looks-to-expand-after-landing-in-jakarta/>.

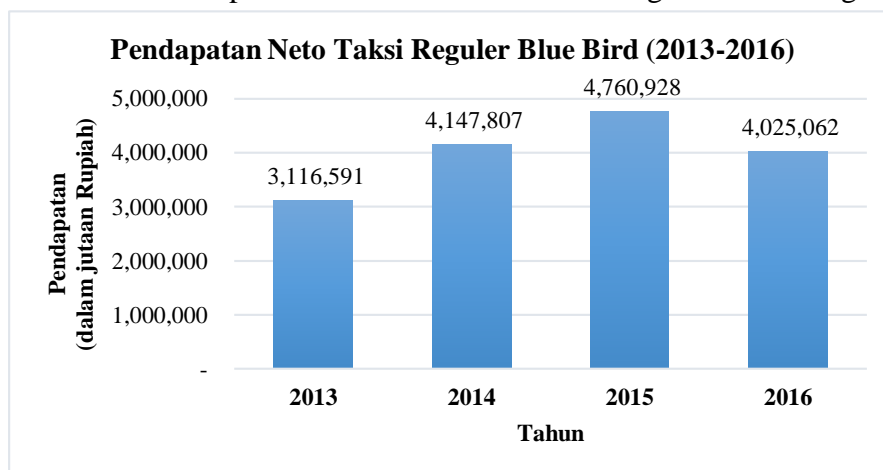
<sup>14</sup> “Demo Taksi Lumpuhkan Jakarta,” *Deutsche Welle*, terakhir diperbarui pada 23 Maret 2016, <http://www.dw.com/id/demo-taxi-lumpuhkan-jakarta/a-19132868>.

<sup>15</sup> Lenny Tristia Tambun, “Jumlah Penumpang Angkutan Umum di Jakarta Turun 33 Persen,” *Berita Satu*, terakhir diperbarui pada 7 Oktober 2015, <http://www.beritasatu.com/aktualitas/312721-jumlah-penumpang-angkutan-umum-di-jakarta-turun-33-persen.html>.

Pendapatan perusahaan taksi konvensional rata-rata turun sebesar 20% per tahun.<sup>16</sup> Sementara itu, perusahaan taksi konvensional yang memiliki kapasitas armada kecil dihadapkan dengan penurunan omset sebesar lebih dari 20%.<sup>17</sup> Di Kota Bandung, rata-rata pendapatan sopir taksi menurun hingga 70%.<sup>18</sup> Mereka menuding kehadiran transportasi berbasis aplikasi sebagai penyebab utama turunnya pendapatan mereka.

Selain itu, sang raksasa biru, Blue Bird, ikut merasakan penurunan pendapatan dan perlambatan pertumbuhan. Data pada Grafik 1.1 di bawah menunjukkan pendapatan neto Blue Bird segmen taksi reguler dari tahun 2013-2016.

Grafik 1.1. Pendapatan Neto PT Blue Bird Tbk Segmen Taksi Reguler



Sumber: PT Blue Bird Tbk

<sup>16</sup> Muhamad Idris, "Pendapatan Operator Taksi Menurun Hingga 20% dengan Kehadiran Uber dan GrabCar," *detik.com*, terakhir diperbarui pada 15 Maret 2016, <https://news.detik.com/berita/3165540/pendapatan-operator-taksi-menurun-hingga-20-dengan-kehadiran-uber-dan-grabcar>.

<sup>17</sup> *Ibid.*

<sup>18</sup> "Gabungan Pengemudi Taksi Bandung Demo, Ini Tuntutan Mereka," *Okezone.com*, terakhir diperbarui pada 2 November 2016, <https://news.okezone.com/read/2016/11/02/525/1530645/gabungan-pengemudi-taksi-bandung-demo-ini-tuntutan-mereka/>.

Sebelum kedatangan Uber, terlihat pendapatan segmen taksi PT Blue Bird mengalami peningkatan, namun ketika Uber sudah mulai masuk pasar Indonesia (tahun 2014) dan merambah kota-kota besar Indonesia, pendapatan taksi Blue Bird mengalami penurunan sebesar 15,46%. Sementara itu, Taksi Express juga ikut mengalami penurunan pendapatan dari segmen taksi sebesar 9,7%.<sup>19</sup> Selain Blue Bird dan Express, perusahaan taksi lain pun ikut mengalami penurunan pendapatan. Bagi perusahaan taksi yang memiliki kapasitas armada kecil, guncangan dari Uber dan perusahaan transportasi berbasis aplikasi lainnya harus memaksanya gulung tikar. Di Jakarta, misalnya, dari total 35 perusahaan taksi yang beroperasi, kini tersisa empat perusahaan taksi reguler, yaitu Blue Bird, Express, Gama, dan Taksiku. Sementara 31 di antaranya sudah bangkrut.<sup>20</sup> Bangkrutnya perusahaan-perusahaan taksi konvensional mengakibatkan penurunan jumlah taksi reguler yang merosot hingga 63%. Dari 25 ribu unit taksi reguler yang beroperasi pada tahun 2014, kini tersisa sekitar 9.300 unit saja.<sup>21</sup>

Kehadiran Uber di Indonesia juga menimbulkan kisruh di ranah regulasi. Kisruh tersebut diwarnai oleh tarik menarik kepentingan berbagai pemangku kepentingan dalam industri. Pemandangan demo di Balai Kota dan Kompleks Kementerian silih berganti dari sopir taksi konvensional menjadi pengemudi

---

<sup>19</sup> Rivki Maulana, "Laba BIRD Turun 38%, TAXI Rugi Rp9,83 Miliar," *Bisnis.com*, terakhir diperbarui pada 29 April 2016, <http://market.bisnis.com/read/20160429/192/543093/laba-bird-turun-38-taxi-rugi-rp983-miliar>.

<sup>20</sup> Achmad Dwi Afriyadi, "31 Perusahaan Taksi Gulung Tikar dalam 2 Tahun," *Liputan6*, terakhir diperbarui pada 6 Juli 2017, <http://bisnis.liputan6.com/read/3012394/31-perusahaan-taksi-gulung-tikar-dalam-2-tahun>.

<sup>21</sup> Dian Riski Rosmayanti, "31 Taksi Reguler Bangkrut," *Harian Nasional*, terakhir diperbarui pada 20 Juli 2017, <http://harnas.co/2017/07/19/31-taksi-reguler-bangkrut>.



jasa transportasi berbasis aplikasi, dan sebaliknya. Mulai dari sebelum diterbitkannya Peraturan Menteri Perhubungan Republik Indonesia No. 32 Tahun 2016 tentang Penyelenggaraan Angkutan Orang Dengan Kendaraan Bermotor Umum Tidak Dalam Trayek, hingga revisi yang menyusulnya. Tanpa adanya peraturan tersebut, dapat dikatakan keberadaan Uber sebagai perusahaan internasional yang beroperasi di Indonesia belum sepenuhnya legal. Namun begitu, perlu dicatat bahwa sebelum adanya peraturan tersebut, kehadiran dan aktivitas bisnis Uber tidak melanggar peraturan manapun, karena sebelumnya tidak pernah ada peraturan yang mengatur perusahaan berbasis aplikasi.

### **1.2.1 Pembatasan Masalah**

Dalam penelitian ini, masalah yang dibahas dibatasi oleh kontinum waktu dan tempat. Kontinum waktu dibatasi dari tahun 2011-2017, dengan mempertimbangkan tahun masuknya Uber ke Indonesia, beserta perkembangan inovasi dalam industri jasa transportasi yang dilakukan oleh perusahaan taksi konvensional di Bandung.

Kontinum tempat dibatasi di Kota Bandung, Indonesia, dengan mempertimbangkan fakta, bahwa Kota Bandung merupakan salah satu kota pariwisata di Indonesia. Sebagai salah satu kota pariwisata di Indonesia, taksi konvensional merupakan salah satu moda transportasi yang penting di Kota Bandung. Kota Bandung juga merupakan ladang

subur bagi beberapa perusahaan besar taksi konvensional, seperti Blue Bird, Gemah Ripah, AA Taksi, dan sebagainya. Sebagai salah satu kota terpadat di Indonesia, transportasi merupakan salah satu kegiatan vital bagi penduduk Kota Bandung. Oleh karena itu, beragam moda transportasi alternatif tersedia bagi pengguna jasa transportasi di Bandung, salah satu yang terpenting ialah taksi konvensional. Selain kontinum waktu dan tempat, skripsi ini juga dibatasi dalam lingkup inovasi yang bersifat *sustaining*.

### **1.2.2 Perumusan Masalah**

Sebagai salah satu perusahaan internasional yang menciptakan aplikasi telepon pintar di bidang transportasi, kehadiran Uber mengundang beragam aksi protes dan kecaman dari industri jasa transportasi lokal, utamanya angkutan taksi di seluruh dunia, termasuk Indonesia. Dengan fokus pada Uber dan industri jasa transportasi di Indonesia, penelitian ini mencoba menjawab pertanyaan penelitian: *“Bagaimana keberadaan Uber sebagai entitas bisnis lintas batas negara dapat mengubah persaingan bisnis dalam industri sektor jasa transportasi di Indonesia?”*

## **1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi implikasi yang ditimbulkan Uber, terhadap persaingan bisnis industri jasa transportasi di Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan sejauh mana implikasi tersebut membawa perubahan terhadap industri jasa transportasi lokal, yang ditunjukkan dengan respon perusahaan-perusahaan angkutan taksi dalam negeri. Penelitian ini juga menjelaskan bagaimana perbedaan antara Uber dan perusahaan taksi lokal dapat memberi perubahan signifikan terhadap industri jasa transportasi Indonesia.

### **1.3.2 Kegunaan Penelitian**

Kegunaan dari penelitian ini adalah:

1. Memberikan pemahaman mengenai sejauh mana penggunaan teknologi dalam aktivitas bisnis mengubah wajah suatu industri.
2. Memahami persaingan baru yang terbentuk dari implikasi aktivitas ekonomi Uber di Indonesia.
3. Menunjukkan adanya kebutuhan industri dalam negeri untuk beradaptasi dengan teknologi, sehingga penelitian ini berguna bagi pemerintah, perusahaan industri jasa transportasi, dan pengguna jasa.

## 1.4 Kajian Literatur

Globalisasi dan kemajuan teknologi telah menciptakan berbagai kemungkinan dan kesempatan dalam ekonomi dunia, serta mendorong kemunculan berbagai teknologi baru dan inovatif, seperti Uber. Model bisnisnya yang inovatif, serta kemudahan yang ditawarkan bagi pengguna aplikasi dalam mencari moda transportasi alternatif taksi menjadi nilai tambah bagi Uber. Namun, tak dapat dipungkiri, bahwa pro dan kontra kerap mewarnai perjalanan globalnya.

Perjalanan global Uber utamanya didukung oleh globalisasi dan kemajuan teknologi. Dalam sejarah perkembangannya, teknologi terbukti dapat menghasilkan berbagai terobosan baru dalam berbagai bidang, seperti kesehatan, transportasi, pendidikan, dan lain-lain. Kemajuan teknologi juga memiliki dampak yang secara langsung dapat dirasakan dalam bidang ekonomi. Argumen penulis ini didukung oleh Anders Hansen Henten dan Iwona Maria Windekilde dalam jurnalnya yang menyatakan, bahwa kemajuan teknologi – terutama internet – telah menyediakan sarana komunikasi sebagai basis bagi ekspansi dan pembentukan pasar.<sup>22</sup> Henten dan Windekilde menyatakan, bahwa bisnis berbasis teknologi internet (*internet-based platforms*) berkontribusi besar terhadap kemunculan konsep ekonomi berbagi dan *collaborative consumption*.

---

<sup>22</sup> Anders Hansen Henten dan Iwona Maria Windekilde, "Transaction costs and the sharing economy," *Info*, Vol. 18, no. 1 (2016): 7, <http://dx.doi.org/10.1108/info-09-2015-0044>.

Dalam penelitian yang dilakukan keduanya, ditemukan bahwa setiap bisnis memiliki biaya transaksi dan biaya transaksi tersebut dapat diminimalisir berkat kehadiran teknologi yang memfasilitasi konsep ekonomi berbagi. Konsep ekonomi berbagi diaplikasikan Uber untuk memotong biaya transaksi operasionalnya, sehingga memungkinkan terjadinya pertukaran barang dan jasa dengan cara yang tidak terpikirkan sebelumnya dikarenakan keterbatasan teknis. Kemajuan teknologi telah memunculkan bentuk pasar yang baru, yang dapat menggantikan operasi bisnis yang sudah ada. Studi kasus Airbnb dan Uber membuktikan adanya kemungkinan besar terjadinya substitusi bisnis model lama dengan bisnis model baru. Bisnis model baru tersebut dapat menggantikan bisnis model lama untuk jangka pendek, namun seiring waktu, bisnis model baru dan bisnis model lama tersebut dapat berjalan berdampingan bahkan komplementer satu sama lain dalam jangka waktu yang lebih lama.<sup>23</sup>

Selain Henten dan Windekilde, Roger F. Teal, dalam jurnalnya yang berjudul “*Technology Changing Market Feasibility*”, memaparkan mengenai kemunculan “Fenomena Uber” pada akhir tahun 2012 dan awal tahun 2013. Pada akhir tahun 2013, muncul istilah *Transportation Network Company* (TNC) yang dikeluarkan oleh *California Public Utilities Commission*. TNC tersebut digunakan untuk menggambarkan perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang transportasi dengan pemanfaatan platform internet, seperti yang dilakukan Uber. Sama halnya dengan Henten dan Windekilde, Teal mengemukakan, bahwa teknologi memungkinkan kemunculan bisnis baru,

---

<sup>23</sup> *Ibid.*, 13.

yakni jasa transportasi lokal yang inovatif dan berguna. Teal menggambarkan fenomena Uber ini memiliki implikasi terhadap industri sejenis, salah satunya memberikan dampak besar terhadap jaringan transportasi dan perkotaan, serta membentuk suatu pemahaman baru mengenai transportasi perkotaan, di mana kini teknologi membuka pintu bagi kemunculan berbagai macam layanan jasa mobilitas yang baru.<sup>24</sup>

Sependapat dengan Teal, Brishen Rogers mengemukakan dengan padat dan tegas, bahwa perusahaan *ridesharing*, Uber, memiliki dampak langsung terhadap industri taksi konvensional. Rogers berpendapat, bahwa Uber beroperasi di pasar yang sama dengan taksi konvensional, tetapi yang membedakannya, adalah Uber tidak mengikuti aturan yang sama layaknya perusahaan taksi konvensional pada umumnya.<sup>25</sup> Hal inilah yang membuat perusahaan-perusahaan taksi konvensional geram dibuatnya dengan tuduhan kompetisi yang tidak adil. Dalam jurnalnya, Rogers lebih berfokus pada pengaruh aktivitas ekonomi Uber terhadap kondisi sosial di masyarakat, seperti masalah diskriminasi yang mungkin terjadi pada penumpang berkulit hitam atau minoritas, privasi penumpang, keamanan, hingga standar tenaga kerja pengemudi Uber.

Berbeda dengan empat figur lainnya, David Koffman dalam jurnalnya, *“Transportation Network Companies and Paratransit: Issues and*

---

<sup>24</sup> Roger F. Teal, “Technology Changing Market Feasibility,” *Paratransit: Shaping the Flexible Transport Future* (2016): 338, <http://dx.doi.org/10.1108/S2044-994120160000008016>.

<sup>25</sup> Brishen Rogers, “The Social Costs of Uber,” *University of Chicago Law Review Dialogue*, no. 82 (2015): 90-91, [https://lawreview.uchicago.edu/sites/lawreview.uchicago.edu/files/uploads/Dialogue/Rogers\\_Dialogue.pdf](https://lawreview.uchicago.edu/sites/lawreview.uchicago.edu/files/uploads/Dialogue/Rogers_Dialogue.pdf).

*Opportunities*”, memaparkan dua pandangan optimistik dan pesimistik dari hasil analisisnya. Jurnalnya berfokus pada hubungan antara TNC (*Transportation Network Company*), taksi konvensional, dan paratransit. Paratransit sendiri merupakan taksi yang dioperasikan khusus untuk melayani para penyandang disabilitas, khususnya di A.S. Koffman meneliti bagaimana pengaruh dari aktivitas ekonomi TNC terhadap taksi konvensional dapat memengaruhi penyediaan paratransit di A.S. Hasil penelitian Koffman menunjukkan, bahwa di beberapa daerah di A.S., kemunculan Uber dan TNC lainnya, seperti Lyft terbukti memiliki implikasi langsung terhadap industri taksi konvensional dan juga berpengaruh terhadap penyediaan paratransit.

Dari beberapa jurnal yang telah dipaparkan di atas, terdapat suatu kesamaan, bahwa aktivitas ekonomi Uber memang memiliki dampak secara langsung terhadap perusahaan-perusahaan taksi konvensional. Maka, tak jarang terjadi gesekan antara kedua pihak tersebut. Namun, dari berbagai literatur yang ada, penelitian banyak dilakukan di wilayah Amerika Serikat dan tidak di wilayah lainnya. Selain itu, literatur-literatur tersebut juga lebih banyak berfokus pada pembuktian Uber sebagai “bisnis pengganggu” terhadap industri tertentu, namun melewatkan bagaimana implikasi yang ditimbulkan tersebut memancing perubahan yang lebih besar, yaitu pada persaingan bisnis dalam industri yang bersangkutan. Maka dari itu, penelitian yang dilakukan penulis sekaligus menutup kekosongan yang ada dari literatur-literatur sebelumnya, dengan berfokus pada implikasi yang ditimbulkan Uber di Indonesia, serta

bagaimana implikasi tersebut dapat mengubah persaingan bisnis di industri jasa transportasi Indonesia.

### 1.5 Kerangka Pemikiran

Dalam menjawab pertanyaan penelitian, penulis menggunakan pendekatan, teori, dan konsep, yaitu Pendekatan Pluralisme, Teori *Disruptive Innovation*, konsep Revolusi Teknologi dan Informasi, dan konsep persaingan bisnis. Sebelumnya, perlu ditekankan kembali mengenai apa yang dimaksud dengan hubungan internasional. Secara umum, hubungan internasional identik dengan proses yang diafiliasikan dengan kebijakan luar negeri, di mana negara membuat suatu kebijakan guna mencapai tujuan dan kepentingannya.<sup>26</sup> Hadirnya fenomena globalisasi politik dunia, membawa perubahan dalam studi Ilmu Hubungan Internasional. Perubahan esensial terjadi pada pergeseran aktor dan isu, di mana aktor negara tidak menjadi satu-satunya aktor dalam politik internasional, melainkan ada peningkatan signifikansi peran aktor non-negara (organisasi internasional, perusahaan multinasional, aliansi, organisasi regional, dan lain-lain) dalam hubungan internasional.<sup>27</sup>

Kini, hubungan internasional berkaitan erat dengan aktivitas aktor-aktornya yang lintas batas negara, terlepas dari aktor negara (*state actor*) atau bukan negara (*non-state actor*). Selain aktor, isunya pun tidak lagi terbatas

---

<sup>26</sup> "Foreign Affairs," *Grolier Family Encyclopedia* (Danbury: Grolier Incorporated, 1994).

<sup>27</sup> Robert Jackson dan Georg Sorensen, *Introduction to International Relations: Theories and Approaches*, edisi kelima (Oxford: Oxford University Press, 2013), 4.



pada yang bersifat *high politics*, melainkan telah mengalami pergeseran terhadap isu-isu yang tergolong *low politics*. Ilmu Hubungan Internasional melingkupi studi keamanan internasional, diplomasi, kebijakan luar negeri, rezim internasional, hukum internasional, dan ekonomi politik internasional.

Dalam penelitian ini, penulis berfokus pada aktor non-negara dan studi ekonomi politik internasional dengan fokus pada isu ekonomi dan politik. Dalam ekonomi politik internasional, pelaku bisnis memiliki peran penting dalam percaturan dunia. Sebagai salah satu aktor non-negara, mereka biasanya merupakan "...perusahaan-perusahaan yang bergerak di pelbagai bidang (jasa dan komoditas) dan bahkan beroperasi melintasi batas-batas negara."<sup>28</sup> Peningkatan signifikansi peran pelaku bisnis ini tidak lepas dari revolusi besar-besaran di bidang telekomunikasi dan transportasi yang memudahkan transaksi antarnegara.

### 1.5.1 Pendekatan Pluralisme

Pendekatan Pluralisme menekankan aktor non-negara sebagai entitas penting dalam sistem internasional, sama pentingnya dengan aktor negara dalam hubungan internasional – bertentangan dengan perspektif Realisme.<sup>29</sup> Asumsi Pluralis ini menekankan, bahwa negara bukan satu-satunya aktor dalam hubungan internasional. Negara

---

<sup>28</sup> Bob Sugeng Hadiwinata, *Politik Bisnis Internasional* (Yogyakarta: Kanisius, 2002), 36.

<sup>29</sup> Carla A. Arena, "The Systems Approach to the Pluralist Theory of International Relations: A Case Study of the European Union," *Systemic Practice and Action Research* 19, no. 5 (2006): 475, <http://dx.doi.org/10.1007/s11213-006-9037-1>.

merupakan sebuah entitas yang terdiri dari birokrasi individual, kelompok kepentingan, dan individu yang berusaha untuk ikut memformulasikan atau memengaruhi kebijakan luar negeri.<sup>30</sup> Meningkatnya signifikansi aktor non-negara dalam hubungan internasional menjadikannya pemegang peran penting dalam pembentukan kebijakan global.

Asumsi selanjutnya, adalah negara bukanlah aktor rasional, menentang asumsi Realisme, bahwa negara merupakan aktor rasional. Karena berbagai pengaruh dari dalam maupun luar entitas tersebut yang memengaruhi proses pengambilan keputusan, maka solusi paling maksimal semakin sulit dicapai. Asumsi Pluralis yang terakhir, adalah agenda internasional itu luas, sehingga tidak hanya berfokus pada masalah keamanan nasional, melainkan juga pada isu ekonomi, sosial, dan ekologis yang muncul sebagai akibat dari meningkatnya interdependensi di antara negara-negara dan masyarakat di abad ke-20.<sup>31</sup>

### **1.5.2 Teori *Disruptive Innovation***

Teori *Disruptive Innovation* dikemukakan oleh seorang profesor Harvard, Clayton M. Christensen, pada tahun 1995 dalam sebuah artikel *Harvard Business Review* berjudul “*Disruptive Technologies: Catching*

---

<sup>30</sup> *Ibid.*, 479.

<sup>31</sup> *Ibid.*

*the Wave*” dan dipopulerkan dalam buku *The Innovator’s Dilemma* pada 1997,<sup>32</sup> kemudian diperbarui melalui artikel berjudul “*What is Disruptive Innovation?*” dalam *Harvard Business Review*.<sup>33</sup> Dalam bukunya, Christensen memperkenalkan kompetisi jenis baru, yaitu *disruptive innovation*. Teori ini memberikan pemahaman baru mengenai dari mana kompetisi yang baru dapat muncul dan bagaimana cara menanggapi ancaman yang dihadapkannya, sehingga secara esensi teori ini merupakan teori respon kompetitif.<sup>34</sup>

Asumsi utama teori ini adalah, inovasi yang memperkenalkan kemudahan, kenyamanan, aksesibilitas, dan keterjangkauan dapat mengubah industri atau sektor yang sudah ada. Terdapat empat jenis inovasi, inovasi *disruptive*, *sustaining*, *market-creating*, dan *efficiency*.<sup>35</sup> Dua di antaranya – *market-creating*<sup>36</sup> dan *efficiency innovations*<sup>37</sup> – merupakan tambahan dalam teori tersebut. Sementara inovasi *sustaining* dan *disruptive* merupakan fokus utama dalam teori.

---

<sup>32</sup> Clayton Christensen Institute, “Disruptive Innovation,” diakses pada 20 Agustus 2017, <https://www.christenseninstitute.org/key-concepts/disruptive-innovation-2/>.

<sup>33</sup> Clayton M. Christensen, Michael E. Raynor, dan Rory McDonald, “What Is Disruptive Innovation?” *Harvard Business Review*, 2015, <https://hbr.org/2015/12/what-is-disruptive-innovation>.

<sup>34</sup> Stephen Denning, “Christensen Updates Disruption Theory,” *Strategy & Leadership* 44, no. 2 (2016): 10-12, <https://search.proquest.com/docview/1773759028?accountid=31495>.

<sup>35</sup> *Ibid.*, 12.

<sup>36</sup> Inovasi yang bersifat *disruptive*, karena mengubah produk yang sebelumnya rumit dan mahal menjadi produk yang lebih terjangkau dan dapat diakses. Akibatnya, semakin banyak orang yang dapat membeli dan menggunakan produk tersebut. Penjelasan lebih lanjut lihat Stephen Denning, “Christensen Updates Disruption Theory.”

<sup>37</sup> Inovasi yang menempuh jalan yang sama dengan inovasi *disruptive*, tetapi tujuannya semata-mata untuk menciptakan efisiensi. Penjelasan lebih lanjut lihat Stephen Denning, “Christensen Updates Disruption Theory.”

Inovasi *sustaining*, adalah inovasi yang bersifat meningkatkan performa produk yang sudah ada dan sangat penting dalam ekonomi, karena mereka menjaga margin tetap menarik, sekaligus menjaga pasar tetap kompetitif dan semangat. Sementara inovasi *disruptive* merupakan inovasi yang menghadirkan teknologi baru dengan performa lebih buruk (dalam jangka pendek) ketimbang produk yang sudah ada. Produk inovasi *disruptive* memiliki ciri lebih murah, sederhana, kecil, dan seringkali nyaman untuk digunakan. Inovasi *disruptive* dibentuk di pasar yang cakupannya terbatas atau yang kelihatannya kurang menarik dan tidak penting bagi para pemain di industri. Namun, pada akhirnya produk baru tersebut mampu mengubah industri secara keseluruhan.<sup>38</sup>

Inovasi *disruptive* memiliki karakteristik khusus yang membedakannya dengan inovasi *sustaining*, yaitu perusahaan yang memiliki inovasi *disruptive* tersebut bergerak secara *bottom-up* atau merambah dari pasar yang berbeda dengan produk yang sudah ada. Berbeda dengan inovasi *sustaining* yang menyentuh pasar produk yang sudah ada. Sebagian besar kemajuan teknologi dalam industri bersifat *sustaining* ketimbang *disruptive*.<sup>39</sup> Keduanya membawa dua jenis perubahan, di mana teknologi *sustaining* memberikan peningkatan pada performa produk perusahaan; sementara teknologi *disruptive*, secara konsisten mengakibatkan kegagalan bagi perusahaan-perusahaan besar

---

<sup>38</sup> Clayton Christensen Institute, "Disruptive Innovation."

<sup>39</sup> Clayton M. Christensen, *The Innovator's Dilemma: When New Technologies Cause Great Firms to Fail* (Boston: Harvard Business School Press, 1997), xv.

dalam industri.<sup>40</sup> Berdasarkan penelitian yang dilakukan Christensen, hanya 6% pemain baru dengan inovasi *sustaining* yang berhasil dalam industri.<sup>41</sup> Sisanya berakhir diakuisisi oleh perusahaan-perusahaan besar. Terdapat dua respon pemain lama terhadap perubahan yang ditimbulkan pemain baru. Untuk inovasi *sustaining*, perusahaan merespon perubahan dengan cara memasang pertahanan dan mencoba untuk melenyapkan pemain baru. Sedangkan untuk inovasi *disruptive*, respon perusahaan, adalah mengabaikan dan tidak melawan.<sup>42</sup>

Berbagai jenis inovasi juga memiliki kecepatan yang berbeda-beda. Ada yang butuh waktu lama, ada juga yang bergerak sangat cepat, sehingga tidak memberikan kesempatan bagi pemain lama untuk merespon. Beberapa inovasi bahkan menghadirkan produk yang lebih superior dengan harga yang tidak dapat dikalahkan, *gratis*, sehingga dapat memenangkan pangsa pasar global hampir dalam sekejap, seperti Google Maps versus alat navigasi.<sup>43</sup> Di setiap industri, perubahan teknologi terjadi secara berbeda-beda. Ada industri yang rajin berinovasi, hingga hukum alam berlaku pada perusahaan yang tidak mampu bersaing. Namun, pada tingkat ekstrim, ada perusahaan yang tidak berinovasi sama sekali, seperti universitas dan perusahaan taksi.<sup>44</sup>

---

<sup>40</sup> *Ibid.*, 9.

<sup>41</sup> *Ibid.*

<sup>42</sup> Denning, "Christensen Updates Disruption Theory," 11.

<sup>43</sup> *Ibid.*, 13.

<sup>44</sup> *Ibid.*, 12.

### 1.5.3 Revolusi Teknologi dan Informasi

Revolusi Teknologi dan Informasi atau “Revolusi Informasi” merupakan bagian dari Revolusi Industri Ketiga yang dicirikan dengan adanya digitalisasi produksi. Revolusi Informasi juga dicirikan dengan adanya peningkatan penggunaan teknologi informasi dan komunikasi.<sup>45</sup> Revolusi ini utamanya didukung oleh perkembangan teknologi dan informasi yang pesat di abad ke-20.<sup>46</sup> Perkembangan teknologi dan informasi yang pesat turut berkontribusi terhadap perubahan drastis dalam berbagai bidang, salah satunya ekonomi.<sup>47</sup> Perkembangan teknologi dapat mendorong efisiensi dan produktivitas, sehingga menstimulasi pertumbuhan ekonomi,<sup>48</sup> karena teknologi dapat digunakan untuk mengembangkan bisnis, mengefisienkan proses, hingga memaksimalkan laba dalam sektor ekonomi.<sup>49</sup>

Penggunaannya lebih lanjut telah memunculkan barang dan jasa baru yang dapat meningkatkan efisiensi, hingga menambah kepuasan individu, seperti memesan tiket pesawat, membeli produk, melakukan

---

<sup>45</sup> “The Third Industrial Revolution,” *The Economist*, terakhir diperbarui pada 21 April 2012, diakses pada 11 Januari 2018, <http://www.economist.com/node/21553017>.

<sup>46</sup> Aad Blok, “Introduction,” *International Review of Social History* 48, (Desember 2003): 1. <https://search.proquest.com/docview/203566938?accountid=31495>.

<sup>47</sup> *Ibid.*

<sup>48</sup> Klaus Schwab, “The Fourth Industrial Revolution: What It Means, How to Respond,” terakhir diperbarui pada 14 Januari 2016, diakses pada 12 Januari 2018, <https://www.weforum.org/agenda/2016/01/the-fourth-industrial-revolution-what-it-means-and-how-to-respond/>.

<sup>49</sup> Schmidt, *Era Baru Digital*, 5.

pembayaran non-tunai, menonton film, mendengarkan musik, hingga memesan taksi.<sup>50</sup>

Sama halnya dengan revolusi industri pertama dan kedua, revolusi ketiga ini juga memiliki efek *disruptive*.<sup>51</sup> Bukti konkret dapat disaksikan pada industri media dan ritel. Di samping efek *disruptive*-nya, revolusi teknologi ini telah memberikan manfaat luar biasa bagi masyarakat, mulai dari pertumbuhan GDP hingga meningkatnya standar hidup masyarakat.<sup>52</sup> Kombinasi antara kemajuan teknologi dan globalisasi mampu memberikan efek luar biasa terhadap pergeseran dari manufaktur menuju jasa dalam sektor ekonomi.<sup>53</sup> Selain pergeseran tersebut, keduanya mampu ‘mengaktifkan’ proses digitalisasi dalam ekonomi. Perkembangan teknologi mampu menurunkan biaya tetap dan marginal dari suatu produk, sehingga menciptakan model bisnis yang baru.<sup>54</sup> Proses digitalisasi dalam ekonomi telah memunculkan model bisnis *sharing economy* atau ekonomi berbagi.

---

<sup>50</sup> Schwab, “The Fourth Industrial Revolution.”

<sup>51</sup> *Ibid.*

<sup>52</sup> David Rothkopf, “The Third Industrial Revolution,” *Foreign Policy* no. 196 (November 2012): 87, <https://search.proquest.com/docview/1112117605?accountid=31495>.

<sup>53</sup> *Ibid.*

<sup>54</sup> Elena Holodny, “A key player in China and the EU’s ‘third industrial revolution’ describes the economy of tomorrow,” *Business Insider*, terakhir diperbarui pada 16 Juli 2017, diakses pada 11 Januari 2018, <http://www.businessinsider.com/jeremy-rifkin-interview-2017-6/?IR=T>.

#### 1.5.4 Konsep Persaingan Bisnis

Dalam ekonomi, kompetisi diartikan sebagai persaingan di antara para pelaku bisnis dalam hal penjualan, profit (keuntungan), dan pangsa pasar di saat yang bersamaan, dengan cara menawarkan kombinasi paling praktis dari harga, kualitas, dan pelayanan.<sup>55</sup> Harga, kualitas, dan pelayanan merupakan elemen penting dalam memahami persaingan bisnis. Adanya variasi harga, pelayanan, dan kualitas dari barang dan jasa yang ditawarkan, secara tidak langsung menciptakan persaingan dalam bisnis. Adam Smith, seorang ekonom terkemuka, menyatakan bahwa kompetisi bisnis merupakan persaingan antara perusahaan-perusahaan dalam rangka memperebutkan pembeli produk mereka.<sup>56</sup>

Aktivitas bisnis perusahaan berorientasi pada misi utama yang diemban oleh setiap pelaku bisnis, yaitu mendominasi pasar dan memaksimalkan profit. Guna mencapainya, mereka harus bersaing satu sama lain, sehingga persaingan bisnis tidak terhindarkan. Kompetisi memperebutkan pasar tersebut dapat dilakukan dengan mengombinasikan berbagai variasi antara harga, kualitas, dan pelayanan yang berbeda dengan perusahaan lain.

Karena perbedaan yang dimiliki setiap perusahaan dalam rangka mencapai misi utamanya, maka dalam praktiknya hampir tidak pernah ada sistem perekonomian yang kompetitif sempurna, berlawanan dengan

---

<sup>55</sup> "Competition," *Business Dictionary* (WebFinance Inc.), diakses pada 14 Juni 2017, <http://www.businessdictionary.com/definition/competition.html>.

<sup>56</sup> Hadiwinata, *Politik Bisnis Internasional*, 36.



perspektif ekonomi liberal yang menyatakan, bahwa sistem perekonomian bersifat kompetitif sempurna.<sup>57</sup> Sistem perekonomian yang kompetitif sempurna terjadi apabila dalam pasar komoditi tertentu, terdapat lebih dari satu pelaku bisnis yang pangsa pasarnya hampir seimbang, alias kondisi pasar tidak didominasi dan dikontrol oleh satu pelaku bisnis. Pada kenyataannya, “pemain dominan” hampir selalu hadir dalam pasar. Perusahaan yang rajin berinovasi dan membuat terobosan baru, serta berani berspekulasi, umumnya berpeluang lebih besar mendominasi pasar, serta melipatgandakan keuntungannya. Sebaliknya, perusahaan yang pasif dan lambat berinovasi memiliki peluang lebih kecil untuk menjadi pemain dominan dalam pasarnya.<sup>58</sup>

Dalam kondisi pasar yang tidak kompetitif sempurna, para pelaku bisnis dapat berkompetisi dalam dua aspek, yaitu harga dan teknologi.<sup>59</sup> Kompetisi harga dilakukan dengan cara perusahaan memberlakukan berbagai macam strategi khusus guna menekan harga sekompetitif mungkin tanpa harus mengorbankan perolehan profit. Sementara kompetisi teknologi dilakukan melalui berbagai inovasi teknologi dan teknik produksi.<sup>60</sup> Selain dua aspek tersebut, aspek kualitas dan pelayanan pun menjadi aspek penting yang juga harus dipertimbangkan dalam memahami kompetisi bisnis, dikarenakan keduanya dapat

---

<sup>57</sup> *Ibid.*, 37.

<sup>58</sup> *Ibid.*

<sup>59</sup> *Ibid.*

<sup>60</sup> *Ibid.*, 37-40.

memengaruhi preferensi konsumen, yang juga berpengaruh terhadap pangsa pasar dan perolehan profit.

## 1.6 Metode Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data

### 1.6.1 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif yang melibatkan data berupa teks dan gambar, serta memiliki langkah-langkah unik dalam analisa data.<sup>61</sup> Analisa data dibangun dari tema yang bersifat khusus-umum (induktif) dan prosesnya melibatkan data yang dikumpulkan secara khusus dalam latar partisipan, serta peneliti membuat interpretasi terhadap makna dari data yang dikumpulkan.<sup>62</sup> Terdapat lima jenis metode penelitian kualitatif, yaitu metode penelitian naratif, fenomenologis, *grounded theory*, etnografi, dan studi kasus.<sup>63</sup>

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian kualitatif studi kasus, di mana peneliti mengembangkan analisa mendalam dari suatu kasus (dapat berupa program, kejadian, aktivitas, proses, atau satu/lebih individual) yang dibatasi oleh waktu dan tempat dengan menggunakan beragam teknik pengumpulan data, dan dalam jangka waktu tertentu.<sup>64</sup> Metode penelitian studi kasus juga melibatkan

---

<sup>61</sup> John W. Creswell, *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*, edisi keempat (London: SAGE Publications, Inc., 2014), 183.

<sup>62</sup> *Ibid.*, 4.

<sup>63</sup> *Ibid.*, 13-14.

<sup>64</sup> *Ibid.*, 14.

pengumpulan data yang mendalam, menyeluruh, dan terperinci, yang berasal dari berbagai sumber.<sup>65</sup> Metode ini dipilih penulis, karena untuk menjawab pertanyaan penelitian dan mencapai suatu pemahaman akan isu yang dibahas, dibutuhkan deskripsi terperinci dan mendalam mengenai variabel dalam penelitian. Selain itu, guna menghasilkan penelitian yang mendalam, dibutuhkan informasi dari berbagai macam sumber, dan metode ini utamanya memungkinkan penulis untuk melakukan pengambilan data dari berbagai sumber.

### **1.6.2 Teknik Pengumpulan Data**

Dengan menggunakan metode penelitian studi kasus, pengumpulan data harus dilakukan secara mendalam, menyeluruh, dan terperinci akan variabel-variabel penelitian dan hubungan di antaranya, sehingga data dapat dikumpulkan dari berbagai sumber.<sup>66</sup> Dalam penelitian ini, data yang dikumpulkan berupa data kualitatif atau data yang berbentuk kategori. Data tersebut didapat dari berbagai sumber, seperti buku, jurnal, artikel, laporan, majalah, koran, materi hukum, situs resmi, hasil observasi, dan hasil wawancara.

Untuk memperoleh data tersebut, penulis menggunakan berbagai teknik pengumpulan data, seperti studi literatur, observasi, dan

---

<sup>65</sup> John W. Creswell, *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Traditions* (London: Sage Publications, Inc., 1998), 37, 61-62.

<sup>66</sup> *Ibid.*, 61.

wawancara. Dalam pengumpulan data berupa dokumen, penulis melakukan studi literatur, di mana analisis dilakukan dengan menghimpun berbagai data dari dokumen publik yang berkaitan dengan permasalahan yang dibahas, berupa buku, jurnal, laporan, artikel, majalah, koran, materi hukum, dan situs resmi.

Untuk keperluan observasi, penulis melakukan perbandingan antara pelayanan Uber dengan taksi lokal di Bandung. Dalam melaksanakannya, penulis berperan sebagai partisipan penuh, yaitu sebagai pengguna jasa transportasi. Selain observasi, penulis juga melakukan wawancara dengan subjek penelitian pengguna jasa transportasi. Dalam melaksanakannya, peneliti berperan sebagai pengamat partisipan (*observer as participant*). Untuk keperluan wawancara ini, penulis memilih subjek penelitian yang kaya akan informasi, sehingga tidak dipilih secara acak. Narasumber yang penulis pilih merupakan pengguna jasa taksi selama lebih dari 10 tahun, serta merupakan pengguna jasa angkutan sewa khusus.

## **1.7 Sistematika Pembahasan**

Sub bab ini menjelaskan secara singkat struktur penelitian yang diuraikan dalam setiap bab. Penelitian ini dibagi menjadi lima bab.

### **BAB I: Pendahuluan**

Pada Bab I penulis menjelaskan latar belakang masalah, identifikasi masalah beserta pembatasan dan perumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, kajian literatur, kerangka pemikiran sebagai dasar penelitian, metode penelitian dan teknik pengumpulan data, serta struktur penelitian.

### **BAB II: Uber Technologies, Inc.**

Pada Bab II, penulis berfokus pada Uber, di mana penulis memaparkan fakta-fakta mengenai Uber, sekaligus operasional Uber di Indonesia.

### **BAB III: Industri Jasa Transportasi Indonesia**

Bab III membahas industri jasa transportasi di Indonesia dan regulasinya, disertai permasalahan yang muncul sebagai akibat dari kemunculan Uber.

### **BAB IV: Digitalisasi Industri Jasa Transportasi Indonesia**

Pada Bab IV, penulis berfokus pada analisis hubungan antara operasional Uber di Indonesia beserta pengaruhnya terhadap persaingan bisnis industri transportasi domestik. Dalam menjelaskannya, penulis memaparkan bagaimana industri transportasi domestik beradaptasi dengan perubahan yang dibawa Uber sebagai bagian dari Revolusi Teknologi dan Informasi.

### **BAB V: Kesimpulan**

Penelitian ini diakhiri dengan kesimpulan pada bab kelima.

## **1.8 Timeline Penulisan**

Berikut penulis menyajikan timeline penulisan penelitian ini:

<b>WAKTU (BULAN)</b>	<b>KETERANGAN</b>
Juni-Juli 2017	Pengumpulan data untuk pengerjaan Bab II dan III. Menyusun kerangka penulisan BAB II, III, dan IV. Memulai penulisan awal BAB II.
Agustus 2017	Lanjutan penulisan BAB II dan bimbingan. Pengumpulan data untuk BAB III. Memulai pengerjaan BAB III.
September 2017	Lanjutan pengerjaan BAB III dan bimbingan. Memulai pengerjaan BAB IV dan bimbingan.
Oktober-November 2017	Penyelesaian BAB IV dan BAB V.