

EKSPANSI GRAB KE INDONESIA TAHUN 2015-2018

Oleh: Lugi Dola Algina

lugidolla@gmail.com

Pembimbing : Irwan Iskandar, S.IP, MA

Bibliografi: 19 Buku, 5 Jurnal, 19 Dokumen Resmi, 26 website

Jurusan Hubungan Internasional

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Riau

Kampus Bina Widya JL.HR. Soebrantas KM. 12,5

Simp.Baru Pekanbaru 28294

Telp/fax. 0761-63277

ABSTRACT

Grab is a technology company from Malaysia based in Singapore that provides public transportation service applications, in practice Grab operates in more than one country in order to expand its company network or carry out its expansion practices. Grab has been expanding in Indonesia since 2014 by considering its factors and strategies in expanding in Indonesia.

This research is to find factors for grab to expand its therefore business. To answer the question this research uses qualitative research uses primary and secondary data collection methods. The level of analysis used in this study is the level of individual group analysis. This study asks what are the considerations of Grab in expanding to Indonesia. Multinational corporation theory is used by researchers to analyze data and obtain research results.

Based on the research results obtained, it can be seen that there are 2 factors that Grab considers to expand to Indonesia, namely internal and external factors. In Multinational Corporation theory, the expansion carried out by a company is influenced by external and internal factors. Internal factors or push factors from Grab are Grab's ability to expand, then external factors or Pulling Factors, Grab's external factor in considering its expansion is the condition or potential of Indonesia.

Keywords : Expansion, Grab, , online transportation ,MNC, Indonesia.

PENDAHULUAN

Globalisasi mendukung tingkat kerjasama internasional secara kompleks, Aktor dalam hubungan internasional bukan hanya diperankan oleh negara saja, Aktor non negara turut berperan dalam kegiatan hubungan internasional seperti Perusahaan multinasional (MNC).¹ Untuk menentukan pasar yang baru perusahaan harus berekspansi. Ekspansi global merupakan salah satu jalan yang ditempuh oleh suatu negara untuk memperluas jangkauan dalam melakukan kegiatan ekonomi politik internasional. MNC atau *Multinational Corporation* sangat berperan penting dalam perekonomian global, karena merupakan aktor utama dan roda penggerak ekonomi internasional. Fenomena masuknya MNC di Indonesia salah satunya adalah perusahaan transportasi berbasis *online* seperti Grab.

Grab didirikan di Malaysia, sebelum kemudian memindahkan kantor pusat mereka ke Singapura.² Perusahaan ini melebarkan bisnis *online* transportasi dengan sukses ke negara Asia Tenggara lainnya salah satunya Indonesia. Transportasi *online* mulai muncul pada pertengahan tahun 2015, diantaranya Go-Jek, Grab, dan juga Uber. Transportasi sendiri merupakan bagian penting dalam hidup masyarakat. Transportasi berasal dari kata Latin yaitu *transportare*, di mana *trans* berarti seberang atau sebelah lain dan *portare* berarti mengangkut atau membawa.³ Salah satu MNC yang sukses berekspansi di Indonesia adalah Grab,

Grab adalah Perusahaan teknologi asal Malaysia yang berkantor di Singapura yang menyediakan aplikasi layanan transportasi angkutan umum meliputi kendaraan bermotor roda 2 maupun roda 4. Perusahaan Grab hanya perusahaan teknologi yang meluncurkan Aplikasi saja dan untuk kendaraannya sendiri adalah kendaraan milik mitra yang sudah bergabung di PT Grab Indonesia. Grab muncul dan melayani konsumen Indonesia sejak tahun 2014. Masuknya Grab ke Indonesia bersinergi dengan pihak pemerintah dalam mengatasi berbagai tatanan transportasi di Indonesia. Mereka berhasil memberikan rangkaian layanan transportasi yang lengkap dengan inovasi terkini.⁴ Bekerja sama dengan Pemerintah Provinsi DKI Jakarta, Grab meresmikan Program Peningkatan Mutu Jalur Sepeda untuk Alat Mobilitas Pribadi (AMP) di Jakarta. Program ini adalah awal dari kerja sama antara Grab dan Pemerintah Provinsi DKI Jakarta melalui Dinas Perhubungan (Dishub) DKI Jakarta yang bekerja sama untuk menciptakan ekosistem Alat Mobilitas Pribadi (AMP) yang aman bagi semua pengguna.⁵

Kehadiran Grab di Indonesia hadir di tengah kondisi sistem transportasi di Indonesia yang belum tertata dengan baik. Bagi sebagian orang transportasi online merupakan solusi atas sistem transportasi yang masih buruk, namun di sisi lain merupakan masalah bagi orang-orang yang menggantungkan hidup dari jasa transportasi yang tidak mengandalkan

¹ Aktor Non-Negara dalam Aktivisme Transnasional, <https://hi.fisipol.ugm.ac.id/berita/aktor-non-negara-dalam-aktivisme-transnasional/> Diakses pada 4 desember 2020.

² Grab Merger dengan Uber di Asia Tenggara, <https://www.grab.com/id/press/business/grabmerge-r-dengan-uber-di-asia-tenggara/> Diakses pada 4 desember 2020.

³ Rustian Kamaluddin, *Ekonomi Transportasi Karakteristik, Teori dan Kebijakan*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 2003, hlm 13

⁴ Kiprah 4 tahun Grab di bisnis transportasi online Indonesia, <https://swa.co.id/swa/trends/kiprah-4-tahun-grab-di-bisnis-transportasi-online-indonesia> diakses pada 4 desember 2020.

⁵ Grab dan Pemprov DKI Jakarta Bekerja Sama untuk Menciptakan Ekosistem Alat Mobilitas Pribadi yang Aman bagi Semua Pengguna, <https://www.grab.com/id/press/social-impact-safety/grab-dan-pemprov-dki-jakarta-bekerja-sama-untuk-menciptakan-ekosistem-alat-mobilitas-pribadi-yang-aman-bagi-semua-pengguna/> diakses pada 24 Desember 2020.

teknologi.⁶ Aksi protes yang dilakukan pengemudi transportasi konvensional, melahirkan larangan beroperasi bagi perusahaan transportasi berbasis online melalui Keputusan Menteri Perhubungan Nomor UM.302/1/21/Phb/2015 karena dianggap bertentangan dengan Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2009 tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan, namun kemudian Keputusan Menteri ini dicabut karena pernyataan Presiden bahwa alat transportasi berbasis aplikasi *online* masih dibutuhkan oleh masyarakat. Saat ini, payung hukum untuk aktivitas transportasi online berbasis teknologi aplikasi adalah Peraturan Menteri Perhubungan No. 32 Tahun 2016 tentang Penyelenggaraan Angkutan Orang dengan Kendaraan Bermotor Umum Tidak Dalam Trayek.⁷

Indonesia merupakan salah satu pasar tujuan ekspansi Grab, Grab hadir di Indonesia sejak tahun 2014. Empat bulan kemudian, tepatnya pada November 2014, Grab mulai membuka layanan GrabRide. GrabRide merupakan layanan transportasi online yang menggunakan jasa ojek motor. Sekarang, layanan ini menjadi jasa transportasi paling populer di Jakarta yang identik dengan kemacetan. Memasuki 2015, Grab menyediakan layanan pengantaran barang. Dengan nama GrabExpress, dengan adanya layanan GrabExpress, Grab membantu masyarakat Indonesia yang ingin mengantarkan paket ke kerabat. Pada tahun yang sama ini pula muncul layanan GrabHitch, GrabHitch adalah layanan tebengan instan yang memberikan tebengan kepada penumpang yang memiliki rute searah dengan rute mereka.⁸ Jadi GrabHitch adalah solusi ketika GrabBike tidak tersedia dan tarif

yang di tawarkan tentunya lebih murah.

Januari 2016, Grab mulai memasuki dunia fintech dengan layanan GrabPay. GrabPay menjadi satu-satunya jasa pembayaran digital di Asia Tenggara yang memiliki akses terhadap lisensi e-money di enam negara ekonomi raksasa ASEAN. Grab paparkan perkembangan bisnisnya dimana Grab mencatat pertumbuhan layanan GrabCar dan GrabBike yang luar biasa, terutama di Indonesia, pada semester pertama 2016 sejak Grab melakukan rebrand sebagai platform penyedia layanan pemesanan kendaraan terlengkap.⁹ Masih pada 2016, pengguna mulai bisa menikmati layanan GrabFood yang sekarang layanan Grab Food sudah tersedia di 178 kota di Indonesia dan 187 kota di Asia Tenggara. Pembenahan sistem transportasi umum memang bukanlah hal yang mudah, namun bukan berarti tidak mungkin. Sepanjang tahun 2017, Grab telah menunjukkan sejumlah komitmen untuk meningkatkan ekonomi menengah Indonesia Seperti :

1. Di awal tahun 2017, Grab berkomitmen menginvestasikan dana senilai US\$ 700 juta sebagai bagian dari Master Plan 'Grab 4 Indonesia 2020' guna mendukung target Indonesia untuk menjadi negara dengan ekonomi digital terbesar di Asia Tenggara pada 2020.

2. Grab 4 Indonesia' akan menginvestasikan hingga US\$ 100 juta yang berfokus pada peningkatan inklusi keuangan di seluruh kota dan lapisan masyarakat di Indonesia. Pendanaan ini akan berfokus pada industri layanan mobile dan finansial dengan penekanan layanan di kota-kota kecil dan komunitas yang belum merasakan manfaat dari ekonomi digital, mempercepat proses penetrasi produk mereka ke pasar dengan

⁶ Dilema pengaturan transportasi online , https://rechtsvinding.bphn.go.id/jurnal_online/TRANSPORTASI%20ONLINE_ENDANG.pdf diakses pada 17 Des. 20

⁷ Ibid.

⁸ GrabHitch, <https://www.grab.com/id/blog/nebeng-segerainstant-grabhitch-solusi-ketika-kamu-tidak-dapat-grabbike/> diakses pada 6 Juli 21.

⁹ Grab Paparkan Perkembangan Bisnis Semester Pertama 2016, <https://www.grab.com/id/press/business/grab-paparkan-perkembangan-bisnis-semester-pertama-2016/> / diakses pada 24 Des. 20

investasi modal dan bantuan teknis dari Grab

3. Pada bulan Mei, Grab telah membuka pusat R&D di Jakarta untuk memberikan pelatihan dan mendukung pertumbuhan talenta teknologi. Dalam master plan-nya, Grab telah mengumumkan tujuannya untuk melahirkan 5 juta wirausahawan mikro di Indonesia pada tahun 2018, dan meningkatkan jumlah talenta engineer Indonesia dalam sektor teknologi menjadi ratusan orang hingga akhir tahun ini.

4. Kudo, yang merupakan platform O2O terkemuka (online to offline) di Indonesia dan telah berintegrasi dengan Grab sejak Mei 2017, terus menjadi elemen penting dalam strategi Grab untuk membawa lebih banyak masyarakat memasuki ekonomi digital dengan memberikan mereka akses ke pembayaran online melalui agen offline, yang diharapkan dapat mendorong inklusi keuangan yang lebih luas lagi bagi masyarakat Indonesia.¹⁰

Pada 2018, Grab mengembangkan bisnis layanan transportasi online roda dua dan roda empat hingga ke 222 kota, Grab juga meluncurkan Grab Platform, layanan GrabFresh yang membantu pengguna untuk berbelanja kebutuhan sehari-hari, dan GrabWheels di Singapura. Namun, gebrakan paling besar yang dilakukan Grab pada 2018 adalah mengakuisisi Uber. Sejak saat itu, Grab menjadi sebuah Super App.¹¹ Sepanjang tahun 2018, Grab telah berhasil memperluas layanannya dari 12 kota pada

awal tahun 2017 menjadi 222 kota di Indonesia. Pencapaian ini memperkuat posisinya sebagai *O2O mobile platform* dengan cakupan terluas di Indonesia, dari Sabang sampai Merauke. Sejalan dengan ekspansi bisnisnya, Grab saat ini juga memimpin pasar ride-hailing Indonesia dengan 60 persen pangsa pasar di segmen kendaraan roda dua dan 70 persen pangsa pasar di segmen kendaraan roda empat.¹²

Indonesia telah menjadi pasar terbesar Grab berdasarkan jumlah perjalanan yang diselesaikan seluruh platform. GrabFood memperkenalkan konsep dapur cloud kepada Indonesia melalui percontohan GrabKitchen pada September 2018. GrabKitchen kemudian resmi diluncurkan pada April 2019. Dalam kurun waktu enam bulan, GrabFood meluncurkan 10 GrabKitchens, termasuk satu di Bandung, lokasi pertamanya di luar Jakarta. GrabFood juga secara resmi meluncurkan GrabKitchen ke-10 yang berlokasi di Capital Place Jakarta, dapur pertamanya dengan fitur dine-in. GrabKitchen merupakan bagian integral dari pertumbuhan berkelanjutan GrabFood di Indonesia. GrabFood berencana untuk memperluas jaringan cloud kitchen-nya secara signifikan ke lebih dari 50 GrabKitchens di seluruh Indonesia pada akhir tahun ini.¹³

GrabFood. Kini tersedia di 178 kota di Indonesia, volume pengiriman GrabFood tumbuh hampir 10x lipat di Indonesia dari periode Desember 2017 hingga Desember

¹⁰ Grab Memperkuat Manajemen Indonesia dengan Penunjukan Managing Director GrabPay, <https://www.grab.com/id/press/business/grab-memperkuat-manajemen-indonesia-dengan-penunjukan-managing-director-grabpay/> diakses pada 30 Des. 20

¹¹ Kisah Perjalanan Grab dari Lahir Hingga Jadi Decacorn, <https://www.liputan6.com/tekno/read/3912922/kisah-perjalanan-grab-dari-lahir-hingga-jadi-decicorn> diakses pada 17 Des. 20

¹² Grab Indonesia Rayakan Pencapaian Tahun 2018 bersama Mitra Pengemudi lewat Grab Karnaval <https://www.grab.com/id/press/others/grab-indonesia-rayakan-pencapaian-tahun-2018-bersama-mitra-pengemudi-lewat-grab-karnaval/> diakses pada 30 Des. 20

¹³ Fueled by strong growth, GrabFood announces expansion plan for 'GrabKitchen' cloud kitchen network across Indonesia, <https://www.grab.com/id/en/press/tech-product/rayakan-pertumbuhan-pesat-grabfood-umumkan-rencana-ekspansi-jaringan-cloud-kitchen-grabkitchen-di-seluruh-indonesia/> diakses pada 24 Desember 20.

2018.¹⁴ Grab secara khusus memfokuskan bisnisnya di Jakarta, yang didiami oleh lebih dari 30 juta penduduk dimana Grab memberikan layanan ojek, penyewaan mobil pribadi dan pemesanan taksi online. Grab juga berencana untuk melakukan ekspansi platform multi-layanannya ke lebih dari delapan megacity di luar kota Jakarta, dengan total populasi sebesar 38 juta. Indonesia merupakan negara keempat terbesar dari segi populasi, dengan total penduduk lebih dari 250 juta.¹⁵

KERANGKA TEORI

Dalam melakukan penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian kualitatif, dan bentuk analisa dalam metode ini adalah deskriptif. Jenis data yang digunakan adalah data primer dengan teknik pengumpulan data berupa studi kepustakaan (library research). Penelitian ini menggunakan perspektif Liberalisme dan teori Multinasional Corporation. Dalam teori Multinasional Corporation pada dasarnya di Hubungan Internasional terdapat dua jenis aktor yang berperan dalam interaksi sosial yaitu aktor negara dan non-negara seperti MNC.

MNC menurut Nopirin dalam literatur Ekonomi Internasional adalah perusahaan yang kegiatan bisnisnya bersifat internasional dan lokasi produksinya terletak di beberapa negara. Dalam hal ini, cabang perusahaan yang berada di luar negeri tidak hanya dimiliki oleh perusahaan induk, tetapi juga operasi atau kegiatan di cabang perusahaan tersebut di kontrol dan diawasi oleh

perusahaan induk. Dalam menjalankan praktik bisnisnya, sebuah perusahaan multinasional MNC perlu memerhatikan beberapa hal penting beserta strategi yang dapat diimplementasikannya. Untuk dapat melakukan ekspansi produksi dan distribusi bisnis ke ranah global, MNC harus dapat menentukan strategi apa yang akan digunakan.

Hal ini dapat disebut juga dengan istilah *entry mode* atau cara MNC untuk melakukan ekspansi hingga dapat memasuki pasar luar negeri. Ekspansi yang dilakukan oleh sebuah perusahaan dipengaruhi oleh faktor eksternal dan faktor internal MNC membutuhkan akses pasar untuk mengekspansi bisnisnya. Untuk itu, MNC biasanya melakukan kegiatan foreign direct investment/FDI guna memfasilitasi produksi, transfer teknologi, dan sistem manajemen di negara tujuan (host country). Ekspansi bisnis juga dapat dilakukan melalui kemitraan dengan perusahaan lain, baik dalam bentuk franchise, licensing agreement, joint venture, dan lain-lain. Namun, kemitraan ini perlu diperhatikan dengan baik karena jika tidak akan merugikan MNC. Sebagai aktor global, MNC juga dapat bermitra dengan masyarakat internasional.

GAMBARAN UMUM DAN PERKEMBANGAN GRAB DI INDONESIA

Grab adalah sebuah Perusahaan teknologi asal Malaysia yang berkantor di Singapura yang menyediakan aplikasi layanan transportasi angkutan umum meliputi kendaraan bermotor roda 2 maupun roda 4. Perusahaan ini didirikan oleh Anthony Tan dan Tan Hooi Ling pada Juni 2012 dengan menyediakan layanan untuk kebutuhan sehari-hari seperti perjalanan, pesan antar makanan, pengiriman barang, pembayaran melalui dompet digital (non tunai) dan layanan keuangan. Dalam waktu singkat, Grab bertransformasi membuat sesuatu yang lebih besar dengan jangkauan yang lebih

¹⁴ GrabFood Celebrates New Milestones in Indonesia, <https://www.grab.com/id/en/blog/grabfood-rayakan-sejumlah-pencapaian-terbaru-di-indonesia/> diakses pada 30 Des. 20

¹⁵ 2010 Indonesian Census. Pertumbuhan populasi diperkirakan sebesar 1.3% per annum sejak 2010 berdasarkan <http://www.worldometers.info/world-population/indonesia-population/> diakses pada 30 Des.20

luas.¹⁶

Saat ini, Grab telah hadir di 8 negara Asia Tenggara yakni Indonesia, Kamboja, Malaysia, Myanmar, Filipina, Singapura, Thailand dan Vietnam. Di Indonesia Grab telah beroperasi di 222 wilayah kota seluruh Indonesia. Grab telah bertransformasi menjadi perusahaan teknologi terbesar di Asia Tenggara yang menghubungkan jutaan pelanggan dengan jutaan mitra pengemudi, merchant, dan juga bisnis. Grab bertujuan mengatasi masalah terbesar seperti ketimpangan akses, ketinggalan infrastruktur, juga kesenjangan pendapatan.¹⁷ Di Indonesia, Grab tumbuh subur sebagai transportasi andalan di lima kota besar, yakni Jakarta, Denpasar, Surabaya, Bandung, dan Padang. Hingga kini, Grab sudah memiliki lebih dari 300 ribu mitra pengemudi dan 15 juta penduduk di Asia Tenggara. Perkembangan Grab di Indonesia memang bertahap. Mulai dari muncul dengan nama Grabtaxi, kemudian berganti nama hingga logo. Semua dijalani secara bertahap.¹⁸

Grabcar dan GrabBike di Indonesia tumbuh lebih dari 250 kali sejak pertengahan 2015. Sekarang, layanan penyewaan mobil pribadi dan ojek *online* menjadi bagian besar dari bisnis Grab secara keseluruhan, yang juga meliputi pemesanan taksi dan layanan kurir. Teknologi *machine learning* dan kemampuan analitik data Grab yang mumpuni telah menjadi faktor pendorong pertumbuhan yang signifikan dan memungkinkan efisiensi secara besar-

besaran dari waktu ke waktu. Sebagai contoh, pada 2016 layanan GrabBike di Indonesia telah tumbuh 300 persen (*year to date*), seraya melakukan pengurangan subsidi untuk tiap perjalanan yang diselesaikan sebesar 50 persen, dimana hal ini menunjukkan tingginya keterlibatan dan keterlekatan pengguna pada platform multi-layanan Grab.¹⁹ Indonesia telah menjadi pasar terbesar Grab berdasarkan jumlah perjalanan yang diselesaikan seluruh platform. Dalam perekonomian Indonesia secara keseluruhan para pekerja lepas yang bermitra dengan Grab berkontribusi sebesar Rp77,4 triliun bagi perekonomian Indonesia pada 2019, atau meningkat 58,3% dari Rp48,9 triliun di 2018. Mitra Grab yang disurvei juga melaporkan adanya peningkatan signifikan pada kualitas hidup mereka setelah bergabung dengan Grab.²⁰

Tidak hanya itu, survei pun menunjukkan bahwa dengan menjadi bagian dari ekosistem Grab juga meningkatkan akses mitra kepada layanan jasa keuangan. Setidaknya 19% dari mitra pengemudi GrabBike dan 12% dari mitra pengemudi GrabCar membuka rekening tabungan pertama mereka ketika bergabung dengan Grab. Lebih penting lagi, kesempatan pemasukan yang ditawarkan Grab telah memungkinkan lebih banyak mitra untuk menabung secara rutin. Sebagai tambahan, 46% dari mitra

¹⁶ Dwi Ratih, Sejarah Grab dari Tahun 2012 Hingga Jadi Decacorn <https://m.dream.co.id/dinar/sejarah-grab-dari-tahun-2012-hingga-jadi-decicorn-1902284.html> diakses pada 5 Juli 21.

¹⁷ Semua bermula dari sebuah pertanyaan <https://www.grab.com/id/brand-story/> diakses pada 23 Feb. 21

¹⁸ internal audit grab baru - Tentang Grab <https://www.coursehero.com/file/23470015/internal-audit-grab-baru/> diakses pada 22 Feb. 21

¹⁹ Grab Paparkan Perkembangan Bisnis Semester Pertama 2016, <https://www.grab.com/id/press/business/grab-paparkan-perkembangan-bisnis-semester-pertama-2016/> Diakses pada 22 Feb. 21

²⁰ Kontribusi Ekonomi Meningkat, Pemerintah Mesti Fasilitasi Platform Digital <https://teknologi.bisnis.com/read/20200629/266/1259020/kontribusi-ekonomi-meningkat-pemerintah-mesti-fasilitasi-platform-digital> diakses pada 19 Agust. 21

pengemudi GrabBike, 34% mitra pengemudi GrabCar, dan 50% mitra merchant GrabFood mengatakan bahwa mereka dapat meminjam uang dengan lebih mudah setelah bergabung dengan Grab, karena penyedia jasa keuangan lebih mempercayai mereka.²¹

Grab memiliki beberapa Jenis layanan yang ditawarkan aplikasinya yang berupa perjalanan, pesan-antar makanan, pengiriman barang, dan layanan keuangan. Berikut jenis – jenis layanan Grab :

1. Grab Bike (ojek)

GrabBike adalah layanan antar-jemput menggunakan sarana sepeda motor. Penumpang akan dibonceng oleh pengemudi menuju tempat yang dituju. Keunggulan GrabBike adalah cepat melintasi kemacetan. Selain itu aman digunakan karena pengemudi terdaftar dan berlisensi dengan atribut lengkap serta catatan perjalanan yang transparan.²²

2. GrabCar

GrabCar memberikan pelayanan yaitu penyewaan kendaraan pribadi dengan supir yang menghadirkan kebebasan pilihan berkendara yang nyaman. Dalam layanan ini Grab mengandalkan keamanan, kenyamanan dan juga gaya. Layanan sewa GrabCar ini memberikan fleksibilitas waktu pemakaian sesuai kebutuhan dengan biaya yang pasti.²³

3. GrabTaxi

GrabTaxi merupakan layanan yang memberikan akses serta kemudahan penumpang menemukan pengemudi taksi terdekat dengan aman. Grab memiliki jaringan armada taksi terluas, tarif sesuai argo, tanpa argo tembak sepanjang tahun. Seluruh pengemudi taksi telah bermitra dan terdaftar serta berlisensi untuk memastikan layanan berkendara yang aman dan nyaman.²⁴

4. GrabFood

GrabFood adalah layanan pesan antar makanan yang menyediakan restoran – restoran pilihan berkualitas. Restoran-restoran tersebut berstatus sebagai mitra dari Grab. Pengemudi akan mengambil makanan yang telah dipesan menuju ke lokasi pengantaran sesuai dengan aplikasi.²⁵ Pembayaran dapat dilakukan melalui OVO yang merupakan sebuah aplikasi cerdas yang memberikan layanan pembayaran dan transaksi secara online.²⁶

5. GrabExpress

GrabExpress adalah layanan kurir ekspres berbasis aplikasi yang menjanjikan kecepatan, kepastian dan keamanan. Keunggulan layanan ini adalah pengiriman barang yang cepat serta terjamin. Serta dapat dilacak secara langsung. Biaya pengiriman kompetitif mengikuti jarak yang ditentukan oleh pengguna layanan dan sesuai dengan tarif yang berlaku di masing-masing kota. GrabExpress dapat digunakan untuk mengirim dokumen, jas

²¹ Ibid.

²² Mengapa GrabBike? , <https://www.grab.com/id/transport/bike/> , diakses pada 23 Feb. 21

²³ Sewa mobil dengan pengemudi yang lebih fleksibel , <https://www.grab.com/id/transport/rent/> diakses pada 23 Feb. 21

²⁴ Mengapa GrabTaxi , <https://www.grab.com/id/transport/taxi/> diakses pada 23 Feb. 21

²⁵ Tentang GrabFood www.grab.com/id/merchant/food/ diakses pada 23 Feb. 21

²⁶ About Us , www.ovo.id/about diakses pada 23 Feb. 21

hujan yang tertinggal hingga pesanan dari online store. GrabExpress tidak melayani pengiriman barang pecah belah yang dikemas dengan tidak baik, minuman berakohol, obat-obatan, perhiasan, uang tunai ataupun benda yang dilarang oleh ketentuan undang-undang.²⁷

6. Grab Pembayaran

Grab Pembayaran adalah jenis layanan Grab yang menyediakan pembayaran non tunai. Terdapat 2 opsi yaitu dengan OVO dan menggunakan kartu kredit atau debit. Menggunakan fitur OVO memiliki kelebihan yakni dapat melihat saldo riwayat transaksi, membayar transaksi belanja, top up pulsa dan membayar tagihan. Top up saldo dapat dilakukan melalui driver, via bank, via debit card dan via merchant OVO.²⁸

7. GrabWheels

GrabWheels menyediakan layanan untuk berkendara dengan skuter. Layanan ini hanya mendapat izin di kawasan yang terbatas, namun saat ini telah menyebar di Jakarta.

8. GrabFresh

GrabFresh adalah layanan pengiriman yang mengantarkan belanjaan dari supermarket terpilih. Sehingga dapat ditelusuri daftar produk belanjaan berdasarkan katalog dari supermarket sesuai pilihan dan memesan di mana saja. Semua pembelanjaan akan dipilih

langsung oleh pembeli pribadi (shopper) yang terlatih dan profesional.²⁹

INDUSTRI TRANSPORTASI ONLINE DI INDONESIA

Transportasi online merupakan angkutan umum yang banyak di minati oleh masyarakat sekarang. Tingginya pertumbuhan jumlah penduduk sangat berdampak terhadap Ketidakseimbangan antara infrastruktur publik yang tersedia dengan jumlah penduduk yang membutuhkannya yang pada akhirnya menyebabkan terjadinya ketimpangan pelayanan kota, termasuk di sektor transportasi. Berikut merupakan tabel perkembangan jumlah kendaraan bermotor periode 2015 sampai dengan 2018.

Tabel
Jumlah Kendaraan Bermotor.³⁰

NO	JENIS	2015	2016	2017	2018
1	Mobil Penumpang	12.304.221	13.142.958	13.968.202	14.830.698
2	Mobil Bis	196.309	204.512	213.359	222.872
3	Mobil Barang	4.145.857	4.326.731	4.540.902	4.797.254
4	Sepeda Motor	88.656.931	94.531.510	100.200.245	106.657.92
	JUMLAH	105.303.318	112.205.711	118.922.708	126.508.776

Tabel diatas menyajikan jumlah transportasi yang berkembang sangat pesat. Dalam tiap tahun terjadi peningkatan jumlah kendaraan baik kendaraan mobil penumpang, mobil bis, mobil barang, maupun sepeda motor. Dari keempat moda transportasi tersebut peningkatan jumlah sepeda motor dari

²⁷Layanan Kirim Barang,
<https://www.grab.com/id/express/> , diakses pada 23 Feb. 21

²⁸Berbagai manfaat bayar tanpa tunai,
<https://www.grab.com/id/pay/> diakses pada 23 Feb. 21

²⁹Kita aja yang belanja buat kamu.
www.grab.com/id/fresh/ diakses pada 23 Feb. 21

³⁰ Perkembangan Jumlah Kendaraan Bermotor Menurut Jenis, 2015 – 2018 ,
<https://www.bps.go.id/linkTableDinamis/view/id/1133> Diakses pada 2 Maret 21

tahun ketahun adalah yang paling tinggi. Hampir seluruh kota besar di Indonesia mengalami masalah transportasi, terutama kemacetan lalu lintas, Indonesia memerlukan moda transportasi yang dirasa sangat efektif untuk dapat mengurangi dan menanggulangi kemacetan yang ada. Kemacetan lalu lintas menimbulkan dampak negatif, baik terhadap pengemudinya dari segi ekonomi dan lingkungan. Bagi pengemudi kendaraan, kemacetan akan menimbulkan ketegangan yang berakibat stress. Selain itu juga akan menimbulkan dampak negatif dari segi ekonomi seperti contohnya kehilangan waktu di perjalanan yang lama serta bertambahnya biaya operasi kendaraan (bensin, perawatan mesin) sebab seringkali kendaraan berhenti. Kemacetan juga menimbulkan dampak negatif terhadap lingkungan seperti peningkatan polusi udara dikarenakan gas racun CO dan juga kebisingan.³¹

Masalah transportasi perkotaan yang lain adalah masalah parkir. Tidak ada fasilitas parkir di dekat pasar-pasar. Beberapa supermarket hanya mempunyai tempat parkir yang begitu sempit, yang hanya dapat menampung beberapa kendaraan roda empat saja. Beberapa gedung pertunjukan/gedung bioskop bahkan tidak mempunyai fasilitas parkir untuk kendaraan roda empat.³² Untuk menjawab kebutuhan masyarakat tersebut, saat ini telah lahir beberapa perusahaan penyedia aplikasi transportasi online. Transportasi *online* adalah salah satu contoh pengembangan

teknologi berbasis aplikasi disambut cukup baik di awal kemunculannya karena dianggap sebagai salah satu inovasi terbaik saat ini.³³

PERKEMBANGAN INDUSTRI TRANSPORTASI ONLINE DI INDONESIA

Beberapa tahun kebelakangan, teknologi telah berkembang sangat pesat yang banyak membawa perubahan di segala bidang di Indonesia, salah satunya bidang transportasi. Banyak perusahaan dengan inovasi-inovasi baru dalam persaingan bisnis saat ini, bahkan tidak hanya terjadi di dalam negeri, tetapi juga persaingan dengan kompetitor luar negeri, khususnya dari Masyarakat Ekonomi Asean (MEA).³⁴ Dengan munculnya berbagai teknologi-teknologi baru, banyak perusahaan dan pebisnis yang terinovasi untuk membuat model bisnis yang menarik dengan layanan yang menarik pula. Salah satunya adalah layanan ojek *online*.³⁵

Di awal kehadiran GrabTaxi di tengah pasar Indonesia pada tahun 2014, hampir tidak ada tanda-tanda yang menunjukkan bahwa layanan ojek *online* akan menjadi sesuatu yang besar pada tahun ini. Bisnis transportasi on-demand memang sudah mulai dikenal, salah satunya karena kontroversi kehadiran Uber di Indonesia.³⁶ Namun istilah ojek *online* saat itu belum begitu dikenal. Pada awal mula kehadirannya di

³¹ Pengembangan Transportasi Yang Berkelanjutan, <http://munawar.staff.ugm.ac.id/wp-content/pidato-pengukuhan.pdf> diakses pada 28 Mar. 21

³² *Ibid*

³³ Dilema pengaturan transportasi online, https://rechtsvinding.bphn.go.id/jurnal_online/TRANSPORTASI%20ONLINE_ENDANG.pdf diakses pada 28 Mar. 21

³⁴ Analisis perkembangan industri transportasi online di era inovasi disruptif (Studi Kasus PT Gojek Indonesia), <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/cakrawala/article/view/4117> diakses pada 28 Mar. 21

³⁵ *ibid*

³⁶ Kilas Balik Perkembangan Ojek Online di Indonesia Sepanjang 2015, <http://stie.sbi.ac.id/?p=922&lang=id> Diakses pada 28 Mar. 21

Indonesia, layanan transportasi *online* tentu saja menuai banyak kontroversi, Transportasi *online* muncul di tengah lemahnya kondisi sistem transportasi massal yang ada. Pada tahun 2016, ribuan pengemudi angkutan umum yang merasa pendapatan mereka menurun akibat kehadiran layanan transportasi *online* akhirnya melakukan demonstrasi. Insiden ini tak hanya berlangsung sekali, mereka pun kembali melakukan aksi demonstrasi seminggu setelahnya. Hal ini pun memaksa pemerintah untuk segera mengambil sikap. Transportasi *online* dianggap menjadi solusi yang paling tepat untuk mengatasi masalah mobilisasi masyarakat di Indonesia. Transportasi *online* menawarkan kemudahan, kenyamanan, keamanan, dan dengan biaya yang jauh lebih murah dibandingkan dengan transportasi umum yang melayani tingginya mobilitas masyarakat seperti taksi dan ojek konvensional.

Transportasi *online* mampu meminimalisir risiko permasalahan perkotaan dalam hal waktu, kemudahan, biaya, dan keamanan karena adanya fitur-fitur teknologi digital yang mendukung seperti adanya GPS. Secara riil, transportasi *online* sudah menjadi sebuah moda transportasi alternatif masyarakat untuk memenuhi kebutuhannya. Sehingga preferensi masyarakat pengguna jasa transportasi tentu akan lebih memilih sistem transportasi yang lebih mudah dan praktis.³⁷

TRANSPORTASI ONLINE YANG ADA DI INDONESIA

Transportasi berbasis aplikasi *Online* yang ada di Indonesia, yaitu :

1. Go-Jek

Go-Jek bekerja dengan mempertemukan permintaan angkutan ojek dari penumpang dengan jasa tukang ojek yang beroperasi di sekitar wilayah penumpang tersebut. Cukup dengan mengunduh aplikasinya dari Google Play Store, maka kita bisa memesan jasa layanan tersebut. Tarif angkutannya disesuaikan dengan jarak tempuh yang akan dicapai. Selain jasa angkutan penumpang, ada juga layanan antar barang (kurir) dan belanja. Fasilitas yang didapatkan para Driver Go-Jek bukan hanya dari sistem bagi hasil yang menguntungkan mereka juga mengatakan bahwa pendapatan mereka meningkat semenjak bergabung sebagai mitra, mereka juga mendapatkan santunan kesehatan dan kecelakaan, serta mendapat akses ke lebih banyak pelanggan melalui aplikasi ojek online Gojek.³⁸

2. Grab

Grab adalah sebuah alternatif layanan transportasi untuk mereka yang ingin lebih cepat dan aman sampai ke tujuan. Grab merupakan aplikasi layanan transportasi terpopuler di Asia Tenggara yang menyediakan layanan transportasi untuk menghubungkan lebih dari 10 juta penumpang dan 185.000 pengemudi di seluruh wilayah Asia Tenggara.³⁹ Grab Car yang sebelumnya dikenal sebagai Grab Taxi adalah sebuah perusahaan asal Singapura yang melayani aplikasi penyedia transportasi dan tersedia di enam negara di Asia Tenggara, yakni Malaysia, Singapura, Thailand, Vietnam, Indonesia, dan Filipina.

Sepanjang tahun 2016, jumlah pengguna Grab Car tumbuh meningkat 600 persen. Grab Car menawarkan beberapa produk yang diharapkan dapat memenuhi tuntutan kebutuhan konsumen. Adapun produk tersebut terdiri dari Grab

³⁷ Delle Site, P., Filippi, F., & Giustiniani, G. (2011). *Users' Preferences Towards Innovative and Conventional Public Transport*. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 20, 906–915

³⁸ Septanto, Henri. "Ekonomi Kreatif dan Inovatif Berbasis TIK ala Gojek dan Grabbike." *Bina Insani ICT Journal* 3.1 (2016): 213-219, hlm.215

³⁹ *Ibid.*, hlm.215

Car-Taxi, Grab Car- Bike, Grab Sewa, Grab Car-Express. Pada aplikasi Grab Car memiliki fitur cukup banyak dalam memberikan layanan jasa transportasi kepada pelanggan.⁴⁰

3. Uber

Uber adalah perusahaan aplikasi yang menyediakan layanan taksi. Uber adalah layanan sewa mobil sesuai permintaan yang memungkinkan penumpang atau konsumen menyewa sopir pribadi melalui aplikasi iPhone dan Android. Layanan ini menggunakan perangkat lunak pengiriman untuk mengirim sopir terdekat dari lokasi konsumen dan Uber akan mengirim mobil taksi untuk konsumen.

Layanan ini menyediakan pembayaran tanpa uang tunai yang membebaskan biaya kendaraan langsung pada kartu kredit di akun konsumen. Uber diketahui melakukan kerja sama dengan para pemilik mobil pribadi. Taksi uber lebih diminati penumpang karena memberikan pelayanan lebih, penumpang bisa mendapat tumpangan taksi uber dengan cepat, lebih nyaman dan ada rasa lebih pribadi serta waktu tempuhnya lebih cepat dari angkutan umum biasa.⁴¹

INDONESIA MENJADI PELUANG BISNIS TRANSPORTASI ONLINE

Pertumbuhan ekonomi merupakan salah satu indikator keberhasilan pembangunan dalam suatu perekonomian. Pertumbuhan ekonomi merupakan upaya peningkatan kapasitas produksi untuk mencapai penambahan output, yang diukur menggunakan Produk Domestik Bruto (PDB) maupun Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) dalam suatu

wilayah.⁴² pertumbuhan ekonomi biasanya selalu dikaitkan dengan iklim bisnis yang subur. Namun hal ini tidak luput dari peran investasi dalam pemulihan ekonomi di Indonesia.⁴³

Indonesia memiliki sumber daya alam yang sangat berlimpah. Indonesia juga merupakan negara kepulauan terbesar yang menjadi salah satu sorotan didunia karena memiliki letak yang sangat strategis. Jadi banyak sekali faktor yang menarik dan menguntungkan apabila investor asing melakukan investasi di Indonesia.⁴⁴ Indonesia terus menciptakan keamanan dan sehatnya akan iklim ekonomi dan invetasi. Untuk saat ini bahkan Indonesia ditunjuk sebagai salah satu penggerakan perekonomian di kawasan Asia.⁴⁵ Salah satu bentuk investasi adalah kontribusi yang diberikan Perusahaan Multinasional (MNC), MNC menyebarkan pengaruhnya dengan bentuk investasi langsung ke negara lain melalui *Foreignt Direct Investment* (FDI).⁴⁶

Fenomena masuknya MNC di Indonesia salah satunya adalah perusahaan transportasi berbasis *online* seperti Grab. Perusahaan ini melebarkan bisnis *online*

⁴⁰ Gunawan, Steven. "Persepsi Konsumen Atas Layanan Grab Car Di Surabaya." *Agora* 5.2 (2017).

⁴¹ smawan, Dian Ranu, and Aminah Suradi. "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Penggunaan Taksi Uber Ditinjau Dari Uu No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen." *Diponegoro Law Journal* 5.2 (2016): 1-12, hlm.2

⁴² Rahardjo Adisasmita, Teori-Teori Pembangunan Ekonomi, Pertumbuhan Ekonomi dan Pertumbuhan wilayah, cetakan pertama, Graha Ilmu, Yogyakarta, 2013, hlm. 4.

⁴³ Bkpm, pentingnya peran investasi dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia di kala pandemi, <https://www.investindonesia.go.id/id/artikel-investasi/detail/pentingnya-peran-investasi-dalam-pertumbuhan-ekonomi-indonesia-di-kala-pand> diakses pada 30 Mar. 21

⁴⁴ Keuntungan berinvestasi di Indonesia bagi investor Asing, <https://www.investindonesia.go.id/id/artikel-investasi/detail/keuntungan-berinvestasi-di-indonesia-bagi-investor-asing> diakses pada 30 Mar. 21

⁴⁵ *Ibid.*

⁴⁶ Putri larasati, Investasi Asing dan Perusahaan Multinasional, https://www.academia.edu/36788694/Investasi_Asi ng dan Perusahaan Multinasional diakses pada 31 Mar. 21

transportasi dengan sukses ke negara asia tenggara lainnya salah satunya Indonesia. Transportasi *online* di indonesia diantaranya adalah Go-Jek, Grab, dan juga Uber. Tingginya minat konsumen terhadap transportasi *online* membuat perusahaan berbasis jasa transportasi *online* tersebut berlomba menciptakan inovasi untuk menarik minat konsumen. Saat ini jasa transportasi sendiri merupakan bagian penting dalam hidup masyarakat.

Pada tahun 2010 Go-Jek hadir di indonesia, Pada awalnya, Go-Jek mulai dengan 20 pengemudi dengan cara pemesanan masih melalui telepon, BBM dan Yahoo Messenger ke call center, kemudian operator call center akan mencari pengemudi Go-Jek terdekat, lalu menugaskan pengemudi untuk menjemput pelanggan sambil memantau kedatangan pengemudi dengan sistem navigasi dan koordinasi dengan pelanggan.⁴⁷ Model bisnis awal Go-Jek terbilang sangat sederhana, yakni berusaha menjawab persoalan yang dialami pelanggan untuk transportasi orang secara cepat dan murah.⁴⁸

Namun dalam perkembangannya sejak hadir di indonesia, keberhasilannya tidak luput dari hambatan sama sekali yang disebabkan oleh kondisi transportasi di indonesia yang belum tertata dengan baik ditambah aksi demo penolakan dari sejumlah ojek konvensional, sampai pada akhirnya GO-JEK tetap berdiri, berkembang semakin memperluas dan memperbarui layanannya hingga saat ini. Dalam hasil riset penelitian yang dikerjakan atas kerja sama antara LDUI dengan GO-JEK Indonesia mengenai

“Dampak GO-JEK terhadap Perekonomian Indonesia” GO-JEK berkontribusi Rp 8,2 triliun per tahun ke dalam perekonomian Indonesia melalui penghasilan Mitra Pengemudi, GO-JEK berkontribusi Rp 1,7 triliun per tahun ke dalam perekonomian Indonesia melalui penghasilan Mitra UMKM dan Masyarakat merasakan manfaat jasa layanan GO-JEK.⁴⁹ Melihat keberhasilan tersebut, pada tahun 2014 Grab hadir dan memilih indonesia sebagai salah satu pasar tujuan ekspansinya, dengan melahirkan layanan – layanan yang Kini, layanan ini menjadi jasa transportasi paling populer di Jakarta. Grab juga mulai memasuki dunia fintech dengan layanan GrabPay. GrabPay menjadi satu-satunya jasa pembayaran digital di Asia Tenggara yang memiliki akses terhadap *lisensi e-money* di enam negara ekonomi raksasa ASEAN.

Sepanjang tahun 2018, Grab telah berhasil memperluas layanannya dari 12 kota pada awal tahun 2017 menjadi 222 kota di Indonesia. Pencapaian ini memperkuat posisinya sebagai *O2O mobile platform* dengan cakupan terluas di Indonesia, dari Sabang sampai Merauke. Sejalan dengan ekspansi bisnisnya, Grab saat ini juga memimpin pasar *ride-hailing* Indonesia dengan 60 persen pangsa pasar di segmen kendaraan roda dua dan 70 persen pangsa pasar di segmen kendaraan roda empat.⁵⁰ Indonesia telah menjadi pasar terbesar Grab berdasarkan jumlah perjalanan yang diselesaikan seluruh platform, CSIS dan

⁴⁹ Dampak GO-JEK terhadap Perekonomian Indonesia, <https://ldfebui.org/wp-content/uploads/2018/03/Dampak-Gojek-Bagi-Perekonomian-Indonesia.pdf> diakses pada 31 Mar. 21

⁵⁰ Grab Indonesia Rayakan Pencapaian Tahun 2018 bersama Mitra Pengemudi lewat Grab Karnaval <https://www.grab.com/id/press/others/grab-indonesia-rayakan-pencapaian-tahun-2018-bersama-mitra-pengemudi-lewat-grab-karnaval/> diakses pada 30 Des. 20

⁴⁷ Berta S, John J.O.I. Ihalauw, “Transformasi Model Bisnis GO-JEK Untuk Keunggulan-Kompetitif Dalam Perkembangan Ekonomi-Berbagi Dari Sudut Pandang Pelanggan “ <https://journal.ubm.ac.id/index.php/business-applied-management/article/download/931/825> diakses pada 31 Mar. 21

⁴⁸ *ibid*

Tenggara Strategics mengestimasi bahwa Grab berkontribusi Rp 48,9 triliun ke perekonomian Indonesia pada tahun 2018 melalui empat lini usahanya. Angka tersebut diperoleh dari survei dengan 3.418 responden yang dilakukan dari November hingga Desember 2018 terhadap pendapatan mereka yang diperoleh melalui platform Grab. GrabFood adalah penyumbang terbesar dengan nilai Rp 20,8 triliun, diikuti oleh GrabBike Rp 15,7 triliun, Grabcar Rp 9,7 triliun dan Kudo Rp 2,7 triliun.⁵¹

Lionel Priyadi, tim peneliti dan ekonom senior Tenggara Strategics mengatakan, Grab berpotensi meningkatkan kondisi ekonomi para pelaku usaha pada tingkat mikro di sektor informal. Pengelolaan ekonomi digital yang baik dapat menjadi tumpuan sektor ekonomi dan kesejahteraan sosial di Indonesia. Teknologi Grab juga dinilai bersifat inklusif bagi mitra paruh baya, Grab menyediakan lapangan pekerjaan baru kepada 21 persen mitra Grabbike dan 36 persen mitra Grabcar yang berusia 41 ke atas. Survei dengan responden dari 5 kota ini dilakukan secara tatap muka dengan sampel mitra-mitra yang terdaftar dan aktif selama 3 bulan terakhir berdasarkan database Grab. Adapun penarikan sampel menggunakan metode pengacakan sistematis (systematic random sampling) dan melalui metode kontrol kualitas call-back terhadap 80 persen responden. Margin of Error dari penelitian ini di bawah 3,5 persen dan tingkat kepercayaan 95 persen.⁵²

FAKTOR PERTIMBANGAN GRAB DALAM BEREKSPANSI DI INDONESIA

⁵¹ Survei: Kontribusi Grab ke Ekonomi Indonesia Capai Rp 48,9

Triliun": <https://money.kompas.com/read/2019/04/11/223600926/survei--kontribusi-grab-ke-ekonomi-indonesia-capai-rp-48-9-triliun> diakses pada 31 maret 2021.

⁵² Ibid.

Perusahaan Multinasional (MNC) sangat berperan penting dalam perekonomian global, karena merupakan aktor utama dan aktor penggerak ekonomi internasional. Dalam menjalankan praktik bisnisnya, sebuah perusahaan multinasional (MNC) harus memperhatikan beberapa hal penting beserta strategi ekspansi yang harus diterapkannya untuk menentukan pasar yang baru. Ekspansi yang dilakukan oleh sebuah perusahaan dipengaruhi oleh faktor eksternal dan faktor internal. Secara eksternal, kegiatan ekspansi bisnis yang dilakukan ditentukan oleh lingkungan operasional yang ada seperti lokasi geografis, kondisi politik, kondisi kultural, dan sebagainya. Sedangkan secara internal, kegiatan ekspansi yang dilakukan dapat didasarkan pada objektif atau tujuan yang ingin dicapai, tipe strategi yang digunakan, dan mode operasi perusahaan.⁵³

Grab adalah salah satu MNC yang sukses berekspansi di Indonesia. Perusahaan ini merupakan perusahaan teknologi asal malaysia yang berkantor di singapura yang menyediakan aplikasi layanan transportasi angkutan umum. Dalam menjalankan praktik ekspansinya Grab juga memperhatikan dan perlu mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi perkembangan perusahaan baik dari sisi internal maupun eksternalnya. Dengan diketahuinya faktor internal dan eksternal maka perusahaan akan lebih optimal dalam memanfaatkan peluang-peluang ataupun kekuatan yang ada untuk mengatasi kelemahan dan ancaman yang dihadapi perusahaannya. Dalam penelitian ini, ada dua faktor pertimbangan Grab dalam berekspansi ke indonesia, yaitu faktor internal dan eksternal , yang dimana faktor tersebut

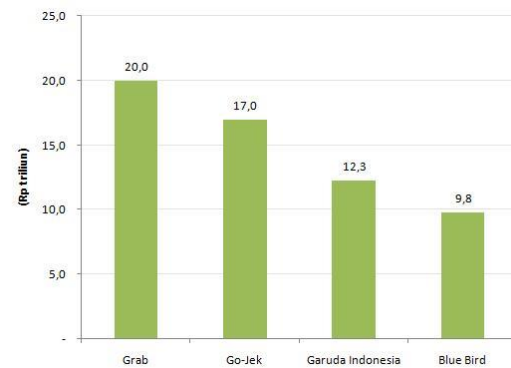
⁵³ivany Nadila Relytanti, Strategi Ekspansi dan Struktur Organisasional MNC, <https://jurusannya.com/strategi-ekspansi-dan-struktur-organisasional-mnc/> diakses pada 9 April 2021.

adalah *push factors* (faktor internal) dan *pulling factors* (faktor eksternal).

Faktor Internal (*Push Factors*)

Push factors dapat diartikan sebagai faktor pendorong. Faktor Internal dari Grab adalah kemampuan Grab dalam berekspansi sejak tahun 2015 – 2018. Sejak Grab hadir di Indonesia pada 2014 layanan ini sudah menjadi layanan jasa transportasi paling populer di Jakarta. Memasuki 2015, Grab menyediakan layanan pengantaran barang. Januari 2016, Grab mulai memasuki dunia fintech, dengan layanan GrabPay Sepanjang tahun 2017, fintech adalah sebuah inovasi pada industri jasa keuangan yang memanfaatkan teknologi.⁵⁴ Pada 2018, gebrakan paling besar yang dilakukan Grab pada 2018 adalah mengakuisisi Uber. Akuisisi dapat diartikan sebagai pengambilalihan kepemilikan suatu perusahaan oleh perusahaan lain dengan cara membeli sebagian atau seluruh sahamnya. Sejak saat itu, Grab menjadi sebuah *Super App* atau sebuah aplikasi yang didalamnya sudah terdapat berbagai layanan lengkap yang bisa dimanfaatkan pelanggannya. Sejalan dengan ekspansi bisnisnya, Grab saat ini juga memimpin pasar *ride-hailing* Indonesia dengan 60 persen pangsa pasar di segmen kendaraan roda dua dan 70 persen pangsa pasar di segmen kendaraan roda empat.⁵⁵ *Ride-hailing* berorientasi pada permintaan penumpang yang membutuhkan kendaraan. Dalam kemampuan ekspansinya, Grab sekarang telah menjadi sebuah *Super App*. Berikut merupakan grafik jasa transportasi *online* yang sering digunakan di Indonesia :

Grafik Jasa Transportasi Online Yang Sering Digunakan di Indonesia



Indonesia telah menjadi pasar terbesar Grab berdasarkan jumlah perjalanan yang diselesaikan seluruh *platform*.⁵⁶ Grab juga melakukan strategi kolaborasi dengan para mitra dan pengembangan sumber daya manusia (SDM) yang mendukungnya.⁵⁷ Grab juga menggunakan media sosial sebagai alat publikasi dalam memasarkan aplikasinya kepada konsumennya, diantaranya melalui website resmi, akun media sosial resmi (*instagram*) Grab Indonesia. Sehingga, Grab brand nya dikenal dengan cepat. Faktor selanjutnya yaitu karakteristik dan keunggulan Grab, seperti :

1. layanan aplikasinya yang mudah digunakan, layanan yang Grab tawarkan di aplikasinya mudah digunakan untuk konsumennya, saat pertama kali mengunduh aplikasinya.
2. tarif pasti, yang dimaksud tarif pasti adalah tarif penggunaan jasa layanan Grab sudah langsung tertera di aplikasinya saat pemesanan jasa, baik pemesanan makanan maupun pengantaran.

⁵⁴ Otoritas jasa keuangan dokumen

<https://www.ojk.go.id/id/kanal/iknb/data-dan-statistik/direktori/fintech/Documents/FAQ%20Fintech%20Lending.pdf> diakses pada 5 Juli 21.

⁵⁵ Grab Indonesia Rayakan Pencapaian Tahun 2018 bersama Mitra Pengemudi lewat Grab Karnaval <https://www.grab.com/id/press/others/grab-indonesia-rayakan-pencapaian-tahun-2018-bersama-mitra-pengemudi-lewat-grab-karnaval/> diakses pada 25 mei 2021.

⁵⁶ Grab Paparkan Perkembangan Bisnis Semester Pertama 2016, <https://www.grab.com/id/press/business/grab-paparkan-perkembangan-bisnis-semester-pertama-2016/> / diakses pada 25 Mei 2021.

⁵⁷ Grab berkembang dengan stratei kolaborasi , <https://investor.id/it-and-telecommunication/grab-berkembang-dengan-strategi-kolaborasi> diakses pada 25 Mei 2021.

3. cepat, aman
4. pengemudi yang terlatih.⁵⁸

karakteristik ini sesuai dengan kebutuhan masyarakat Indonesia yang menyukai kemudahan.

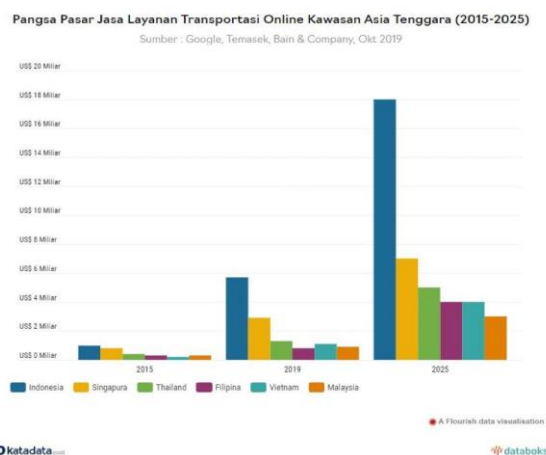
Faktor eksternal (*Pulling Factors*)

Pulling Factors dapat diartikan sebagai faktor penarik dan faktor ini termasuk kedalam faktor eksternal. Faktor eksternal dari Grab dalam pertimbangan ekspansinya adalah kondisi atau potensi Indonesia, yaitu faktor keamanan dalam berinvestasi, badan koordinasi penanaman modal (BKPM) bekerjasama dengan Kepolisian Negara Republik Indonesia (Polri), Pemerintah Provinsi (Pemprov) DKI Jakarta, dan Kepolisian Daerah Metro Jaya menyelenggarakan Sosialisasi Pedoman Kerja BKPM-Polri tentang Jaminan Keamanan Berinvestasi di Indonesia. Dalam acara ini, para pemangku kepentingan menyebarluaskan informasi terkait jaminan keamanan kegiatan investasi sesuai pedoman kerja antara BKPM dengan Polri, yang ditandatangani pada 19 September 2016 di Jakarta. Pedoman kerja ini berisi tentang koordinasi perlindungan dan keamanan bagi dunia usaha untuk mendukung kegiatan investasi di Indonesia.⁵⁹ dari aspek politik yaitu pemerintah Indonesia menunjukkan keterbukaan terhadap investasi asing dan adanya regulasi yang jelas.

Faktor keamanan berinvestasi dari aspek ekonomi yaitu secara keseluruhan kondisi ekonomi Indonesia dalam kondisi yang bagus, Indonesia adalah negara dengan penduduk terbanyak keempat di

dunia dengan jumlah tenaga kerja yang besar dan sumber daya alam yang berlimpah. Hal ini menjadikan Indonesia sebagai salah satu negara yang sangat menjanjikan untuk berinvestasi.⁶⁰ Dari faktor pasar transportasi online di Indonesia, Indonesia sangat menjanjikan, karena selain Indonesia adalah negara dengan penduduk terbanyak keempat di dunia, berdasarkan riset Google, Temasek dan Bain & Company yang bertajuk *e-Conomy SEA 2019*, pangsa pasar *gross merchandise value/GMV ride hailing* (jasa layanan antar makanan dan transportasi online) di Indonesia pada 2015 baru mencapai US\$ 980 juta. Lalu tumbuh menjadi US\$ 5,7 miliar pada 2019 dan akan meningkat menjadi US\$ 18 miliar pada 2025, terbesar di kawasan Asia Tenggara (ASEAN).⁶¹

Grafik Pangsa pasar jasa layanan Transportasi Online Kawasan Asia Tenggara (2015-2025)



Dari faktor konsumen, mereka lebih memilih transportasi online dikarenakan selain tarif yang dikenakan tidak hanya murah, tapi juga aman. Sebab

⁵⁸ Grab <https://www.grab.com/id/transport/bike/> diakses pada 25 Mei 2021

⁵⁹ Bisnis.com "

<https://www.google.co.id/amp/s/m.bisnis.com/amp/read/20180905/9/835269/bkpm-dan-polri-sosialisasi-jaminan-keamanan-investasi> diakses pada 25 Mei 2021.

⁶⁰ Penanaman Modal Asing di Indonesia"

<https://www.investindonesia.go.id/artikel-investasi/detail/penanaman-modal-asing-di-indonesia> diakses pada 8 Juni 21

⁶¹ Berapa Pangsa Pasar Jasa Layanan Transportasi Online Indonesia? "
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/10/05/berapa-pangsa-pasar-jasa-layanan-transportasi-online-indonesia> diakses pada 8 Juni 21

penumpang bisa menunggu dimanapun untuk dijemput ditempatnya dan diantar sampai ke tujuan. Tidak heran jika akhirnya ojek *online* dan taxi *online* mulai mendominasi jalanan kota – kota. Berikut ini adalah beberapa alasan masyarakat menggunakan angkutan berbasis aplikasi :

Dijemput di tempat dan diantar sampai tujuan, Lebih privacy, Cepat sampai tujuan, Tarif lebih murah (relatif dari jarak, jauh/dekat), Relatif lebih aman dari tindak kejahatan.⁶²

KESIMPULAN

Pada bagian akhir dari skripsi ini, penulis akan memaparkan kesimpulan yang didasarkan pada temuan hasil penelitian. Secara umum, penulis mengambil kesimpulan Penelitian ini dilatar belakangi oleh fenomena awal kehadiran Grab di indonesia yang dimana Grab ini hadir di indonesia di tengah kondisi sistem transportasi di Indonesia yang belum tertata dengan baik. Pada awal mula kehadirannya di indonesia, layanan transportasi online menuai banyak kontroversi, Transportasi *online* muncul di tengah lemahnya kondisi sistem transportasi massal yang ada. Peneliti menggunakan kerangka pemikiran push factor (faktor internal) dan pull factor (faktor eksternal) perusahaan dalam mempertimbangkan ekspansi .

Satu sisi, perusahaan Grab merupakan Perusahaan teknologi asal Malaysia yang menyediakan aplikasi layanan transportasi angkutan umum yang memiliki ambisi besar dan unggul dalam berekspansi. Grab memiliki tujuan mengatasi masalah terbesar seperti ketimpangan akses, ketinggalan infrastruktur, juga kesenjangan

pendapatan. Sebagai aplikasi sehari-hari yang melayani kebutuhan harian. Dilain sisi, Hampir seluruh kota besar di Indonesia mengalami masalah transportasi, terutama kemacetan lalu lintas, Kemacetan lalu lintas menimbulkan dampak negatif, baik terhadap pengemudinya dari segi ekonomi dan lingkungan. Masalah transportasi perkotaan yang lain adalah masalah parkir yang terbatas di kota-kota besar. Ada 2 faktor pertimbangan Grab untuk berekspansi ke indonesia , yaitu faktor internal dan eksternal. Faktor internal atau *push faktor* dari Grab adalah kemampuan Grab dalam berekspansi , keunggulan Grab Sejak grab hadir di indonesia pada 2014 Pada 2018, gebrakan paling besar yang dilakukan Grab pada 2018 adalah mengakuisisi Uber. Sejak saat itu, Grab menjadi sebuah Super App.

Sejalan dengan ekspansi bisnisnya, Grab saat ini juga memimpin pasar ride-hailing Indonesia dengan 60 persen pangsa pasar di segmen kendaraan roda dua dan 70 persen pangsa pasar di segmen kendaraan roda empat. Dalam kemampuan ekspansinya , Grab kini telah menjadi sebuah Super App. Ekspansi bukanlah hal yang sulit bagi Grab, Grab juga melakukan strategi kolaborasi dengan para mitra dan pengembangan sumber daya manusia (SDM) yang mendukungnya. Grab juga menggunakan media sosial sebagai alat publikasi dalam memasarkan aplikasinya kepada konsumennya. kemudian faktor eksternal atau *Pulling Factors*, Faktor eksternal dari Grab dalam pertimbangan ekspansinya adalah kondisi atau potensi indonesia, yaitu faktor keamanan dalam berinvestasi. Dari aspek politik yaitu pemerintah indonesia menunjukan keterbukaan terhadap investasi asing dan adanya regulasi yang jelas. Faktor keamanan berinvestasi dari aspek ekonomi yaitu secara keseluruhan

⁶² Inilah Alasan Masyarakat Lebih Pilih Angkutan Berbasis Aplikasi Online, “
<http://indonesiaone.org/inilah-alasan-masyarakat-lebih-pilih-angkutan-berbasis-aplikasi-online/>
diakses pada 8 juni 2021.

kondisi ekonomi indonesia dalam kondisi yang bagus, Indonesia adalah negara dengan penduduk terbanyak keempat di dunia dengan jumlah tenaga kerja yang besar dan sumber daya alam yang berlimpah. Hal ini menjadikan Indonesia sebagai salah satu negara yang sangat menjanjikan untuk berinvestasi. Dari faktor pasar transportasi online di indonesia , indonesia sangat menjanjikan , karena selain indonesia adalah negara dengan penduduk terbanyak ke empat di dunia, berdasarkan riset Google, Temasek dan Bain & Company yang bertajuk e-Conomy SEA 2019, pangsa pasar (gross merchandise value/GMV) ride hailing (jasa layanan antar makanan dan transportasi online) di Indonesia pada 2015 baru mencapai US\$ 980 juta. Lalu tumbuh menjadi US\$ 5,7 miliar pada 2019 dan akan meningkat menjadi US\$ 18 miliar pada 2025, terbesar di kawasan Asia Tenggara (ASEAN). Dari faktor konsumen, mereka lebih memilih transportasi online dikarenakan tidak hanya murah, tapi juga aman.

DAFTAR PUSTAKA

JURNAL