

ANALISIS DASAR PENENTUAN HARGA TRANSPORTASI ONLINE GRAB DAN PERBANDINGAN HARGA JARAK TEMPUH GRAB DI SETIAP DAERAH, SPESIFIK DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA DAN NTT

Viany Ceilia Pah¹, Lydia Lasri Ikun², Teodora Rosario Narung³, Santi Barbarigo
Nanu Am'una⁴, Maria Owa Pae⁵, Yulio Sarminto Nahak⁶

^{1,2,3,4,5,6} Prodi Akuntansi, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Katolik Widya
Mandira Kupang

Email : vianycecilia@unwira.ac.id¹, lydialasri12@gmail.com²,
narungteodora@gmail.com³, shantyamuna2002@gmail.com⁴,
mariaowapae@gmail.com⁵, julioseran606@gmail.com⁶

ABSTRAK

Kini masyarakat dihadapkan pada berbagai pilihan transportasi online dengan penawaran yang menarik dalam menunjang aktivitasnya. Berbagai transportasi online yang hadir ditengan-tengah masyarakat mengakibatkan persaingan yang begitu ketat di industri ini sehingga menyebabkan peningkatan kualitas pelayanan pada proses mobilitas masyarakat. Saat ini Grab merupakan salah satu dari transportasi online yang teratas karena masyarakat menilai kualitas pelayanan-nya yang memuaskan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dasar penentuan harga transportasi online grab dan perbandingan harga jarak tempuh grab di setiap daerah spesifik di daerah Istimewa Yogyakarta dan Nusa Tenggara Timur. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif yang sifatnya deskriptif dan cenderung menggunakan proses pengambilan data dengan cara pengamatan, dokumentasi dan wawancara. Berdasarkan Hasil penelitian ini dapat ditarik kesimpulan bahwa dasar penentuan harga dan perbandingan jarak tempuh di setiap daerah dihitung berdasarkan system zonasi serta Keputusan Menteri perhubungan RI Nomor 348 Tahun 2019 tentang Tarif Ojek Online.

Kata Kunci : Dasar Penentuan Harga, Perbandingan Harga, Pengguna Grab

Abstract

Now people are faced with various online transportation options with attractive offers to support their activities. The various online transportation that is present in society has resulted in intense competition in this industry, resulting in an increase in the quality of service in the community mobility process. Currently Grab is one of the best online transportation because people assess the quality of service as satisfactory. This research aims to analyze the basis for determining prices for Grab online transportation and compare prices for Grab mileage in each specific area in the Special Region of Yogyakarta and East Nusa Tenggara. The method used in this research is qualitative which is descriptive and tends to use a data collection process by means of observation, documentation and interviews. Based on the results of this research, it can be concluded that the basis for determining prices and comparison of distance traveled in each region is calculated based on the zoning system and Decree of the Minister of Transportation of the Republic of Indonesia Number 348 of 2019 concerning Online Motorbike Taxi Tariffs

Keywords: Basis for Determining Prices, Price Comparison, Grab Users

A. PENDAHULUAN

Di era modern ini, canggihnya teknologi sangat membantu manusia di berbagai bidang. Salah satunya yakni sebagai sarana untuk mempermudah manusia dalam memenuhi kebutuhannya. Canggihnya teknologi informasi, melahirkan pengusaha kreatif yang mampu mengembangkan bisnisnya dengan menggunakan teknologi informasi dalam jaringan internet. Salah satu bisnis yang paling terkenal saat ini yaitu transportasi *online*.

Transportasi *online* adalah industri yang sangat populer saat ini. Dengan adanya aplikasi transportasi online, Konsumen bisa lebih mudah memperoleh transportasi kapan dan dimanapun mereka berada. Konsumen tidak perlu bersusah payah mencari ojek ke pangkalan ojek, menunggu angkutan umum di terminal, bahkan tidak perlu keluar sendiri membeli makanan. Seperti yang kita lihat bersama, di masa pandemi saat ini, segala sesuatu dilakukan secara online, bahkan transportasi, makanan serta pakaian dipesan secara Online.

Perkembangan Transportasi Online mengancam pendapatan hingga keberadaan Ojek Konvensional. Semakin baik pelayanan dan murahnya harga transportasi Online menarik konsumen untuk semakin menggunakannya. Hal ini menyebabkan peminat ojek konvensional menurun drastis dan sangat berpengaruh terhadap pendapatan para pengemudi. Kurangnya pendapatan ini, mengakibatkan beralihnya sebagian besar pengemudi ojek konvensional menjadi *driver* ojek *online*. Namun tidak hanya itu, adapun terjadi percecokan antara pengemudi ojek konvensional dan *driver online* lantaran pengemudi ojek konvensional mengira penumpangnya dirampas oleh Driver Ojek Online padahal semuanya dikendalikan oleh aplikasi dan Internet atas pemesanan Konsumen. Menurut Konsumen, Transportasi online lebih memudahkan mereka dalam pemesanan apa lagi di saat terburu-buru. Tidak seperti transportasi konvensional dimana konsumen harus susah payah menuju pangkalan ojek atau masih harus menunggu angkutan umum. Selain itu, Konsumen langsung mengetahui berapa biaya yang harus dikeluarkan untuk menempuh jarak yang mau dituju, tidak seperti ojek konvensional yang seandainya menetapkan tarif. Transportasi Online juga menyediakan jasa transportasi dan layanan tertentu setiap waktu, tidak seperti transportasi konvensional yang beroperasi pada waktu tertentu. Perbandingan ini sangat berpengaruh terhadap minat konsumen dalam memilih.

Terdapat beberapa perusahaan transportasi Online yang berkembang di Indonesia, Salah satunya adalah Transportasi online Grab. Pada Awalnya, Grab lahir pada tahun 2012 di Malaysia dengan nama GrabTaxi dengan modal awal 25 ribu dollar AS. Kisah itu tidak semudah yang kita bayangkan. Awal mula didirikan GrabTaxi mendapatkan banyak penolakan dari perusahaan taxi untuk bekerja sama. Hingga akhirnya usaha ini mulai mendapatkan apresiasi yang baik dari mitranya dikarenakan mulai maju.

Hasil riset dari Lembaga Penyelidikan Ekonomi dan Masyarakat Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia, mengungkapkan bahwa aktivitas Ekonomi di Kupang dan Jayapura semakin bergeliat, Khususnya pada malam

hari. Pasalnya penerangan meningkat dua kali lipat usai kehadiran grab di kedua kota tersebut sejak 2017 dan 2018. Selain itu, 30 persen dari merchant GrabFood dan 50 persen dari merchant GrabKios di Kupang dan Jayapura antara 2019-2021 merupakan usaha baru, yang berarti Grab telah membantu mencetak ratusan pengusaha UMKM baru di kedua kota ini.

Di Indonesia sendiri Grab masuk pada tahun 2014 dan mulai membuka beberapa layanan seperti GrabCar, Grabbike, Grabfood, dan Grabekspres. Perkembangan Grab ini dimulai dari Pulau Jawa hingga pada tahun 2018 Grab masuk dan beroperasi di NTT. Menurut Menteri Koordinator perekonomian Indonesia, hadirnya Grab di NTT menjadi penting dalam upaya memperluas adopsi teknologi di NTT. Selain itu dapat dilihat bahwa Grab dapat meminimalisir tingkat pengangguran di NTT. Hingga Saat ini, Grab telah memperkenalkan layanan berupa GrabFood, GrabKios, hingga GrabMart. Selain itu, Grab memberikan layanan transportasi untuk mendukung aktivitas harian masyarakat di NTT.

Seperti yang kita lihat, Perkembangan Grab di Indonesia mulai melonjak di masa Pandemi Covid-19. Hal ini dikarenakan segala sesuatu dilakukan secara online, baik itu pemesanan jasa transportasi online, pemesanan barang bahkan makanan. Pemesanan ini hanya dapat dikirim dengan menggunakan jasa transportasi online. Dan hal ini menjadi kesempatan besar bagi perusahaan Grab untuk menunjukkan keberadaan, pelayanannya dan kesan yang baik kepada konsumen. Dengan adanya Pelayanan baik ini, muncullah kesan yang baik sehingga pada akhirnya Grab akhirnya dikenal masyarakat Indonesia dan berkembang hingga saat ini.

Melalui Aplikasi Grab, Perusahaan dapat menghubungkan pengguna aplikasi grab baik dari sisi driver maupun dari sisi konsumen. Selain itu bukan hanya perusahaan namun Driver dan konsumen dapat mengetahui bersama berapa biaya yang harus dikeluarkan jika ingin menempuh jarak yang di tuju. Perusahaan dapat menggunakan Aplikasi Grab untuk memantau rute perjalanan yang akan dilalui Oleh Driver dan Konsumen. Perusahaan juga menggunakan aplikasi Grab untuk menghubungkan Konsumen dengan driver terdekat agar konsumen tidak jenuh menunggu pesanan.

Menurut informasi yang beredar, saat ini di Daerah Istimewa Yogyakarta, Jumlah Driver grab mencapai 20.000 Diver dengan pendapatan per harinya sekitar Rp.70.000 - Rp.80.000. Sedangkan di NTT jumlah driver grab sebanyak 1.046 driver dengan pendapatan per harinya sekitar Rp.180.000 - Rp.200.000. Selain perbedaan jumlah driver dan perbedaan pendapatan driver, peneliti sering mendengar keluhan konsumen, mengenai perbedaan biaya transportasi online pada jarak tempuh yang sama di Daerah yang berbeda. Perbedaan biaya transportasi Grab pada jarak tempuh yang sama di Daerah yang berbeda ini, mendorong peneliti untuk menganalisis dasar penentuan biaya Grab dan perbandingan harga transportasi online Grab Spesifik di Daerah istimewa Yogyakarta dan NTT. Peneliti akan berusaha menganalisis dan memberi

pengertian kepada konsumen mengenai perbedaan harga pada jarak tempuh yang sama di Daerah yang berbeda, Spesifik di Daerah Istimewa Yogyakarta dan NTT.

B. TINJAUAN TEORITIS

Transportasi Online

Transportasi Online merupakan sarana transportasi yang pemesanannya dilakukan secara online dalam suatu jaringan dengan memanfaatkan alat-alat teknologi. Transportasi online sesungguhnya merupakan sebutan secara umum, namun yang sebenarnya terdiri dari beberapa jenis yang lahir dari perusahaan yang berbeda, dengan jenis aplikasi dan pelayanan yang berbeda. Transportasi online sangat mudah dijangkau dimanapun dan kapanpun selagi terdapat jaringan internet dan alat teknologi. Transportasi online juga terbukti telah mengurangi tingkat pengangguran dalam negeri. Namun hadirnya transportasi online sangat mengancam keberadaan ojek konvensional dalam memperoleh pelanggan. Dengan adanya transportasi online, Driver maupun konsumen dapat mengetahui Bersama berapa jumlah biaya yang harus dikeluarkan jika ingin menempuh suatu jarak tertentu. Artinya bahwa Konsumen dan driver tidak bisa saling melakukan negosiasi harga, karena harga yang ada mutlak di atur dalam aplikasi.

Transportasi Online Grab

Grab (sebelumnya dikenal sebagai *Grabtaxi*) adalah sebuah perusahaan asal Singapura yang melayani aplikasi penyedia transportasi dan tersedia di enam negara di Asia Tenggara, yakni Malaysia, Singapura, Thailand, Vietnam, Indonesia, Filipina, Myanmar dan Kamboja. *Grabtaxi* diciptakan di Malaysia oleh lulusan MBA *Harvard Business School*, Anthony Tan. Sebelum memulai perusahaan ini pada tahun 2012, Anthony bekerja sebagai kepala *Marketing* di perusahaan keluarga Tan Chong & Sons Motor Company.

Perusahaan Grab hanya perusahaan teknologi yang meluncurkan aplikasi dan untuk kendaraannya adalah kendaraan milik mitra yang sudah bergabung di PT Grab Taxi Indonesia. Dengan aplikasi Grab calon penumpang dapat dengan mudah mencari *driver* untuk menuju ke lokasi tujuan, sehingga tidak perlu menunggu waktu yang lama untuk mendapatkan transportasi yang diperlukan.

Grab memiliki visi untuk merevolusi industri pertaxian di Asia Tenggara, sehingga dapat memberikan keamanan dan kenyamanan bagi pengguna kendaraan seantero Asia Tenggara hingga pada 27 November tahun 2019 mencapai 100 juta pengunduh. Grab tersedia untuk sistem operasi Android, iOS, dan BlackBerry. Di Indonesia, Grab melayani pemesanan kendaraan seperti ojek, mobil, dan taksi. Saat ini Grab tersedia di berbagai kota di Indonesia, dari tahun 2011 sampai saat ini tahun 2022 Grab berkembang pesat dan menjadi salah satu penyedia aplikasi transportasi online di Indonesia.

Adapun misi dari Grab ialah:

- Menjadi penyedia layanan teraman di Asia Tenggara
- Memberikan layanan yang mudah diakses oleh banyak orang.
- Meningkatkan kehidupan para partner, baik pengemudi maupun penumpang.

Beberapa jenis layanan Grab yang ada di Indonesia antara lain:

1. *Grab Taxi*

Layanan taksi premium yang menghubungkan antara pengemudi taksi dan calon penumpang taksi. Grab taxi juga merupakan layanan yang memberikan akses serta kemudahan penumpang menemukan pengemudi taksi terdekat dengan aman.

2. *Grab Car*

Layanan transportasi untuk mereka yang memilih kenyamanan berkendara layaknya menggunakan mobil pribadi, menghubungkan antara pemilik/pengemudi mobil pribadi dan calon penumpang/penyewa.

3. *Grab Bike*

Sebuah alternatif layanan transportasi yang ingin lebih cepat dan aman sampai ke tujuan dengan menggunakan sepeda motor. Menghubungkan antara pemilik/pengemudi sepeda motor dengan calon penumpang.

4. *Grab Express*

Layanan pengiriman paket yang cepat, aman dan terpercaya. *Grab Express* adalah layanan kurir *expres* berbasis aplikasi yang menjanjikan kecepatan, kepastian, dan yang paling utama adalah keamanan.

5. *Grab Food*

Grab Food adalah salah satu layanan pesan antar makan yang berada di aplikasi Grab. Dengan *Grab Food*, konsumen dapat dengan bebas memesan makanan yang diinginkan hanya lewat *Smartphone*, tidak perlu berjalan ke tempat penjual. *Grab Food* adalah layanan pesan antar makanan yang memiliki banyak daftar restoran yang tersedia.

6. *Grab Hitch Bike*

Grab Hitch Bike merupakan layanan tebengan dengan separuh harga. Bertemu teman baru sekaligus mengurangi kemacetan. *Grab Hitch Bike* termasuk layanan transportasi harian dengan tarif yang terjangkau.

7. *Grab Hitch Car*

Grab Hitch Car mempertemukan pengemudi dan penumpang yang memiliki rute perjalanan searah. Pengemudi *Grab Hitch Car* bukan pengemudi komersial. Mereka adalah orang-orang biasa yang memiliki rute sama seperti pengguna. Dengan memberi tumpangan, pengemudi *Grab Hitch Car* dapat menghemat sebagian biaya perjalanan.

8. *Grab Rental*

Grab Rental memberikan kenyamanan untuk jalan di luar kota dengan menggunakan layanan sewa mobil selama beberapa jam.

Harga

Harga adalah sejumlah uang yang ditukarkan oleh pelanggan untuk menggunakan produk atau jasa, harga yang ditetapkan pada umumnya disesuaikan dengan kualitas produk atau jasa yang di tawarkan kepada pelanggan (Boymau dan Bessi, 2021). Dalam arti sempit harga (*price*) “adalah jumlah yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa. Lebih luas lagi harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa” (Ramadhan 2020). Harga adalah sejumlah nilai yang ditukarkan oleh konsumen untuk memperoleh suatu manfaat atas barang atau jasa baik yang bisa dimiliki maupun digunakan fungsinya karena dimata konsumen harga merupakan atribut penting yang dievaluasi yang merangkap dengan nilai sosial non keuangan yang harus dikorbankan dan bagi perusahaan peran harga dapat membentuk sikap konsumen (Rasjid, Laksono, 2021).

Berdasarkan Pendapat-pendapat diatas, dapat disimpulkan bahwa Harga adalah Patokan nilai uang yang harus dilunasi oleh konsumen agar dapat memperoleh barang atau jasa yang diinginkan, baik itu barang atau jasa yang dapat dijadikan milik pribadi maupun yang hanya dapat dimanfaatkan dalam jangka waktu tertentu.

Defenisi Persepsi Harga

Persepsi merupakan suatu proses pengorganisasian, penginterpretasian terhadap stimulus yang diterima oleh organisme atau individu sehingga menjadi sesuatu yang berarti, dan merupakan aktivitas yang integrated dalam diri individu (Rasjid, Laksono, 2021). Persepsi terhadap suatu objek timbul dari pengalaman atau kesan yang diterima oleh Individu artinya bahwa baik buruknya persepsi individu terhadap suatu objek tergantung pada kesan yang dialaminya. Selain itu Stimulus mana yang akan mendapatkan respon dari individu tergantung pada perhatian individu yang bersangkutan.

Strategi Penetapan Harga

Strategi penetapan harga terhadap suatu barang atau jasa merupakan hal yang sangat penting bagi suatu perusahaan untuk menarik perhatian konsumen. Hal ini juga merupakan strategi penting dalam mengatasi persaingan dengan perusahaan penghasil barang atau jasa sejenis. Harga yang tepat adalah harga yang sesuai dengan kualitas produk suatu barang dan harga tersebut dapat memberikan kepuasan kepada konsumen (Rasjid, Laksono, 2021)

Seperti yang kita lihat saat ini, telah ditetapkan tarif bagi perusahaan jasa transportasi online agar aplikasi tidak seenaknya menetapkan biaya dibawa standar yang telah ditetapkan. Namun, oleh karena persaingan yang sengit antar perusahaan transportasi online, perusahaan tertentu sering membuat strategi penetapan harga untuk menarik perhatian konsumen dengan tujuan memperoleh

keuntungan yang lebih besar namun kurang memperhatikan peraturan mengenai tarif yang telah ditentukan.

Jika strategi penetapan harga digunakan untuk menarik konsumen, tentunya perusahaan harus menetapkan harga dibawa harga pesaing dengan bentuk pelayanan yang sama dan tidak terlepas dari peraturan yang ditetapkan pemerintah. Hal semacam ini dengan cepat akan menarik perhatian konsumen.

Penetapan tarif Transportasi Online

Seperti yang kita ketahui, Ojek online terdiri dari beberapa jenis yang berasal dari perusahaan yang berbeda. Dari perbedaan ini, maka kementerian perhubungan membuat suatu peraturan untuk menentukan besarnya tarif ojek online secara umum, dengan tujuan terlaksananya persaingan yang sehat antar perusahaan ojek online.

Penetapan tarif ojek online ini dibagi menjadi tiga zona yaitu sebagai berikut:

Zona I: Meliputi daerah Sumatera dan sekitarnya, Jawa dan sekitarnya Jabodetabek dan Bali.

Tarif batas bawah (TBB): Rp. 1.850 per kilo meter

Tarif batas atas (TBA): Rp. 2.300 per kilo meter

Biaya jasa minimalnya Rp. 7.000 sampai dengan Rp. 10.000.

Biaya jasa minimal merupakan biaya yang di bayarkan penumpang untuk jarak tempuh maksimal 4 kilo meter.

Zona II: Meliputi Kawasan Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang dan Bekasi.

Tarif batas bawah (TBB): Rp. 2.000 per kilo meter

Tarif batas atas (TBA): Rp. 2.300 per kilo meter

Biaya jasa minimalnya Rp. 8.000 sampai dengan Rp. 10.000

Zona III: Terdiri dari Kalimantan, Sulawesi, Nusa Tenggara, Maluku dan Papua.

Tarif batas bawah (TBB): Rp. 2.100 per kilo meter

Tarif batas atas (TBA): Rp. 2.600 per kilo meter

Biaya jasa minimalnya Rp. 7.000 sampai dengan Rp. 10.000

Menurut penjelasan besar tarif ini merupakan biaya jasa yang sudah mendapat potongan biaya sewa aplikasi atau tarif bersih (nett) yang diterima pengemudi ojek online. Tarif ini mulai diberlakukan sejak 1 Mei 2019.

Penetapan Tarif taksi online dibagi menjadi dua zona yaitu:

Zona I: Zona ini meliputi Daerah Sumatera, Jawa dan Bali

TBB: Rp. 3.500 per kilo meter

TBA: Rp. 6.000 per kilo meter

Zona II: Zona ini meliputi daerah Kalimantan, Nusa Tenggara, Sulawesi, Maluku dan Papua.

TBB: Rp. 3.700 per kilo meter

TBA: Rp. 6.600 per kilo meter

Dengan adanya peraturan yang dikeluarkan oleh Menteri perhubungan ini, maka dengan jelas larang untuk memberikan promosi harga dibawah tarif bawah (TBB) yang telah ditetapkan.

Tarif Batas Bawah (TBB) sendiri merupakan tarif yang telah dihitung dengan memperhatikan biaya produksi yang dikeluarkan oleh pengemudi, penyusutan kendaraan, dan harta lainnya yang dipergunakan oleh pengemudi untuk memproduksi jasa, biaya komisi aplikasi serta memperhitungkan pendapatan pengemudi yang layak.

Tarif Batas Atas (TBA) dibuat lebih khusus untuk melindungi konsumen dari kenaikan tingkat harga yang tidak terkendali. Dengan adanya tarif batas atas yang ditetapkan Menteri perhubungan, maka konsumen dapat dilindungi dari aplikator yang sewaktu-waktu hendak menaikkan tarif seenaknya terkhusus terhadap konsumen yang sering menggunakan jasa saat jam-jam sibuk.

Dimensi Harga

Menurut Kotler dan Amstrong yang diterjemahkan oleh (Alexander Bob Sabran, 2012:52) menyatakan bahwa terdapat empat ukuran yang dipakai dalam menetapkan harga yaitu:

1. Keterjangkauan Harga
2. Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Produk.
3. Kesesuaian Harga Dengan Manfaat.
4. Harga Sesuai Dengan Kemampuan atau Daya Saing Harga.

Peranan Harga

Suatu barang atau jasa yang telah ditetapkan oleh perusahaan akan berdampak pada perekonomian secara mikro (bagi konsumen dan perusahaan) maupun secara makro (bagi perekonomian secara umum). Untuk itu berikut adalah beberapa peranan harga :

1. Bagi perekonomian

Harga Produk akan mempengaruhi tingkat upah, dan laba suatu perusahaan, karena harga merupakan regulator dasar dalam sistem perekonomian, untuk itu harga berpengaruh terhadap alokasi faktor-faktor produksi, seperti tenaga kerja, tanah, modal waktu, dan kewirausahaan.

2. Bagi Konsumen

Harga merupakan hal yang cukup sensitif pada konsumen dalam pembelian suatu produk, namun disamping faktor harga terdapat faktor-faktor lain yang juga menjadi pertimbangan konsumen dalam memutuskan pembelian, seperti cit, layanan, nilai (*value*), fitur produk dan kualitas. Beberapa konsumen menganggap jika harga mahal, maka mempunyai kualitas yang tinggi.

3. Bagi suatu perusahaan

Harga suatu produk ditetapkan setelah hasil proses yang panjang, hal ini sangat didasari karena harga merupakan satu-satunya elemen bauran pemasaran yang mendatangkan pendapatan untuk perusahaan, dibandingkan dengan bauran pemasaran yang lainnya yang justru

membutuhkan pengeluaran dana yang tidak sedikit, seperti promosi, dan iklan.

Permintaan

Teori Permintaan

Dari segi ilmu ekonomi pengertian permintaan sedikit berbeda dengan pengertian yang digunakan sehari-hari. Menurut pengertian sehari-hari, permintaan diartikan secara absolut yaitu menunjukkan jumlah barang yang dibutuhkan, sedangkan dari sudut ilmu ekonomi permintaan mempunyai arti apabila didukung oleh daya beli konsumen yang disebut dengan permintaan efektif. Jika permintaan hanya didasarkan atas kebutuhan saja dikatakan sebagai permintaan absolut (Ramadhan, 2020).

Permintaan adalah Banyaknya Jenis barang yang akan dibeli oleh konsumen dengan beragam tingkat harga dalam jangka waktu tertentu serta syarat tertentu. Selain itu, permintaan juga diartikan sebagai Keinginan konsumen untuk memperoleh suatu barang atau jasa dengan memperhatikan kemampuan belinya.

Berbicara tentang permintaan, tidak terlepas dari factor-faktor yang mempengaruhinya. Salah satu fktor yang mempengaruhi permintaan yaitu Harga. Dalam ilmu ekonomi, hubungan antara permintaan dengan harga terlihat jelas dalam hukum permintaan yang berbunyi “Bila Harga Naik maka jumlah yang diminta akan berkurang, sebaliknya bila harga turun maka jumlah permintaan akan bertambah.

Hukum permintaan jika dilihat dalam kehidupan sehari-hari, merupakan hal yang logis dimana ketika suatu barang atau jasa memiliki tingkat harga lebih mahal maka permintaan terhadap barang atau jasa tersebut akan berkurang, sebaliknya Ketika harga suatu barang atau jasa semakin murah maka semakin banyak pelanggan dan semakin bertambah permintaan terhadap barang atau jasa tersebut.

Permintaan Transportasi

Dalam memilih moda transportasi, masyarakat memilih banyak pertimbangan mulai dari segi sarana dan prasarana transportasi hingga kondisi struktur rumah tangga. Pada umumnya terdapat tiga garis besar karakteristik yang mempengaruhi individu dalam menentukan moda transportasi, yakni :

1. *Characteristics of the travelers* (karakteristik penumpang) seperti latar belakang penumpang, struktur rumah tangga, dan pendapatan, kepemilikan kendaraan pribadi, pilihan kendaraan yang tersedia.
2. *Characteristics of trips* (karakteristik perjalanan) seperti tujuan perjalanan, waktu perjalanan dan jarak perjalanan.
3. *Characteristics of transport facility* (karakteristik fasilitas transportasi) seperti durasi perjalanan, biaya, kualitas pelayanan dan ketersediaan area parkir.

Dengan adanya factor pendorong maka permintaan akan transportasi akan lebih meningkat. Permintaan jasa transportasi tidak berdiri sendiri, melainkan

tersembunyi dibalik kepentingan yang lain. Permintaan akan jasa angkutan, baru akan timbul apabila ada hal-hal dibalik permintaan itu, misalnya keinginan untuk rekreasi, keinginan untuk ke sekolah atau untuk berbelanja, keinginan untuk berbelanja, keinginan untuk menengok keluarga yang sakit, dan sebagainya. Pada dasarnya permintaan angkutan diakibatkan oleh hal-hal berikut:

1. Kebutuhan manusia untuk bepergian dari ke lokasi lain dengan tujuan mengambil bagian didalam suatu kegiatan, misalnya bekerja, berbelanja, ke sekolah, dan lain-lain.
2. Kebutuhan angkutan barang untuk dapat digunakan atau dikonsumsi dilokasi lain.

Permintaan dan pemilihan pemakai jasa angkutan (*users*) akan jenis transportasi sangat ditentukan oleh beberapa faktor yaitu sebagai berikut:

1. Sifat-sifat dari muatan (*physical characteristics*). Apabila sifat dari muatan itu baik, misalnya saja aman digunakan, maka akan semakin banyak orang yang menggunakannya.
2. Biaya transportasi. Dimana makin rendah biaya transportasi makin banyak pula permintaan akan jasa transportasi. Tingkat biaya transportasi merupakan faktor penentu dalam pemilihan jenis jasa transportasi.
3. Tarif transportasi. Tarif transportasi yang ditawarkan oleh berbagai macam moda transportasi untuk tujuan yang sama akan mempengaruhi pemilihan moda transportasi.
4. Pendapatan pemakai jasa angkutan (*users*). Apabila pendapatan penumpang naik, maka akan lebih banyak jasa transportasi yang akan dibeli oleh para penumpang.
5. Kecepatan angkutan. Pemilihan ini sangat tergantung pada faktor waktu yang dipunyai oleh penumpang.
6. Kualitas pelayanan.

Kualitas pelayanan terdiri dari:

- a. Frekuensi. Makin tinggi frekuensi keberangkatan dan kedatangan dari suatu moda transportasi, pemakai jasa angkutan mempunyai banyak pilihan.
- b. Pelayanan baku (*standard of service*). Suatu moda transportasi yang dapat memberikan pelayanan yang baku dan dilaksanakan secara konsisten sangat disenangi oleh para pemakai jasa angkutan.
- c. Kenyamanan (*comfortibility*). Pada umumnya penumpang selalu menghendaki kenyamanan dalam perjalanannya. Kenyamanan dapat pula dijadikan suatu segmen pasar tersendiri bagi suatu moda transportasi. Kepada mereka yang memberi nilai tinggi untuk kenyamanan, dapat dibebani biaya transportasi yang lebih tinggi daripada penumpang yang kurang memperhatikan kenyamanan.
- d. Ketepatan (*reliability*). Kegagalan perusahaan angkutan untuk menepati waktu penyerahan atau pengambilan barang, berpengaruh besar terhadap pemilihan atas perusahaan tersebut.

- e. Keamanan dan keselamatan. Faktor keamanan dan keselamatan selalu menjadi tumpuan bagi pemilihan suatu moda transportasi oleh penumpang.

Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan jasa angkutan adalah sebagai berikut:

1. Harga jasa angkutan.

Pengaruh harga jasa angkutan terhadap permintaan jasa angkutan ditentukan pula oleh hal-hal berikut:

- a. Tujuan perjalanan (*trip purpose*), yaitu apakah perjalanan rekreasi/berlibur (*leisure travel*) atau perjalanan bisnis (*business travel*).
- b. Cara pembayaran, yaitu bisa kredit atau tidak, tiket pergi-pulang dapat potongan harga atau tidak, dan sebagainya.
- c. Pertimbangan tenggang waktu, apakah waktu yang dipunyai, banyak atau tidak.
- d. Tingkat absolute dari perubahan harga, yaitu 10% kenaikan atas tariff Rp.5.000, akan sangat berlainan dampak permintaannya terhadap tarif yang Rp. 500.000.

2. Tingkat Pendapatan.

Apabila tingkat pendapatan pemakai jasa transportasi makin meningkat, maka permintaan jasa transportasi makin meningkat pula, karena kebutuhan melakukan perjalanan makin meningkat.

3. Citra atau *image* terhadap perusahaan atau moda transportasi tertentu.

Apabila suatu perusahaan angkutan atau moda angkutan tertentu senantiasa memberikan kualitas pelayanan yang dapat memberi kepuasan kepada pemakai jasa transportasi, maka konsumen tersebut akan menjadi pelanggan yang setia. Dengan kualitas pelayanan yang prima akan dapat meningkatkan citra perusahaan kepada para pelang

C. METODE PENELITIAN

Metode penelitian kualitatif merupakan jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini. Pengambilan sampel sumber data dilakukan secara *convenience sampling* dimana penelitian dilakukan berdasarkan kemudahan yang dipertimbangkan untuk memperoleh sampel. Metode pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah wawancara, pengamatan, dan pemanfaatan dokumen.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dasar Penentuan Harga Transportasi Online Grab di Daerah Istimewa Yogyakarta

Penentuan harga seluruh transportasi Online termasuk grab diatur berdasarkan Keputusan Menteri perhubungan RI Nomor 348 Tahun 2019 tentang Tarif Ojek Online yang memutuskan untuk;

Menetapkan : “KEPUTUSAN MENTERI PERHUBUNGAN TENTANG PEDOMAN PERHITUNGAN BIAYA JASA PENGGUNAAN SEPEDA MOTOR YANG DIGUNAKAN UNTUK KEPENTINGAN MASYARAKAT YANG DILAKUKAN DENGAN APLIKASI”.

PERTAMA : Menetapkan pedoman perhitungan biaya jasa sepeda motor yang digunakan untuk kepentingan masyarakat yang dilakukan dengan aplikasi, sebagaimana tercantum dalam lampiran I yang merupakan bagian tidak terpisahkan dalam keputusan Menteri ini.

KEDUA : Biaya jasa sepeda motor yang digunakan untuk kepentingan masyarakat yang dilakukan dengan aplikasi terdiri dari:

- a. Biaya jasa batas bawah;
- b. Biaya jasa batas atas; dan
- c. Biaya jasa minimal.

KETIGA : Biaya jasa batas bawah, biaya jasa batas atas, dan biaya jasa minimal sebagaimana dimaksud dalam Diktum KEDUA merupakan biaya jasa yang sudah mendapat potongan biaya tidak langsung berupa biaya sewa penggunaan aplikasi.

KEEMPAT : Biaya jasa minimum sebagaimana dimaksud pada diktum KEDUA merupakan biaya jasa minimal yang harus dibayar oleh penumpang untuk jarak tempuh paling jauh 4 (empat) kilometer.

KELIMA : Besar biaya batas bawah, biaya jasa batas atas dan biaya jasa minimal ditetapkan berdasarkan system zonasi sebagai berikut:

- a. Zona I meliputi wilayah:
 - 1) Sumatera dan sekitarnya;
 - 2) Jawa dan sekitarnya selain Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang dan Bekasi; dan
 - 3) Bali;
- b. Zona II meliputi wilayah Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang dan Bekasi;
- c. Zona III meliputi wilayah:
 - 1) Kalimantan dan sekitarnya;

- 2) Sulawesi dan sekitarnya
- 3) Kepulauan Nusa Tenggara dan sekitarnya
- 4) Kepulauan Maluku dan sekitarnya; dan
- 5) Papua dan sekitarnya.

KEENAM : Besaran biaya jasa sepeda motor sebagaimana dimaksud dalam Diktum KEDUA tercantum dalam lampiran II yang merupakan bagian tidak terpisah dalam keputusan Menteri ini.

KETUJUH : Perusahaan aplikasi menerapkan besaran biaya jasa batas bawah, biaya jasa batas atas dan biaya jasa minimal berdasarkan sisten zonasi sebagaimana yang diatur dalam Dokumen KEENAM Keputusan Menteri ini.

KEDELAPAN : Perusahaan aplikasi menerapkan biaya tidak langsung berupa biaya sewa penggunaan aplikasi paling tinggi 20 (dua puluh) persen.

KESEMBILAN : Untuk menjamin kelangsungan penggunaan sepeda motor yang digunakan untuk kepentingan masyarakat yang dilakukan dengan aplikasi, besaran biaya jasa dapat dievaluasi paling lama setiap 3 (tiga) bulan.

KESEPULUH : Menteri, Gubernur atau bupati/wali kota melakukan pengawasan terhadap pelaksanaan keputusan Mmenteri ini.

BESARAN BIAYA JASA PENGGUNAAN SEPEDA MOTOR YANG DIGUNAKAN UNTUK KEPENTINGAN MASYARAKAT YANG DILAKUKAN DENGAN APLIKASI BERDASARKAN SISTEM ZONASI

1. Besaran Biaya Jasa Zona I:

- a. Biaya jasa batas bawah sebesar Rp. 1.850/km;
- b. Biaya jasa batas atas sebesar Rp. 2.300/km; dan
- c. Biaya jasa minimal dengan rentang biaya jasa antara Rp. 7.000 s.d Rp. 10.000.

2. Besaran Biaya Jasa Zona II:

- a. Biaya jasa batas bawah sebesar Rp. 2.000/km;
- b. Biaya jasa batas atas sebesar Rp. 2.500/km; dan
- c. Biaya jasa minimal dengan rentang biaya jasa antara Rp. 8.000 s.d Rp. 10.000.

3. Besaraan Biaya Jasa Zona III:

- a. Biaya jasa batas bawah sebesar Rp. 2.100/km;
- b. Biaya jasa batas atas sebesar Rp. 2.600/km; dan
- c. Biaya jasa minimal dengan rentang biaya jasa antara Rp. 7.000 s.d Rp. 10.000.

Berikut peneliti menjabarkan peraturan Menteri Perhubungan dan Hasil wawancara driver grab di Daerah Istimewa Yogyakarta pada tabel 4.1 dibawah:

Tabel 4.1 Selisih Tarif antara Peraturan Menteri Perhubungan dengan Harga yang dibayar penumpang di Yogyakarta setelah dipotong biaya Sewa (20%)

Tabel 4.1 merupakan biaya jasa minimum yang telah ditetapkan dalam Peraturan Menteri Perhubungan dokumen KEDUA, dengan tarif yang ditentukan

Jarak Tempuh	Penetapan minimal Pemerintah setelah dipotong biaya Sewa	Tarif dari setelah	Harga yang dibayar penumpang di Yogyakarta setelah dipotong biaya Sewa (20%)	Selisih
1-3 kilo meter	Rp.7.000 – Rp.10.000		Rp. 8.400	-

tersebut sesuai dengan Zonasi dimana Daerah Istimewa Yogyakarta termasuk daerah Zona I sesuai dokumen KELIMA Peraturan Menteri Perhubungan. Jika dibandingkan dengan hasil wawancara mengenai harga yang dibayar konsumen di Yogyakarta setelah dipotong pajak, memperlihatkan tidak ada selisih harga antara peraturan Menteri Perhubungan dengan harga yang harus dibayar konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa harga yang harus dibayarkan oleh Konsumen masih berkisar antara Rp. 7000 – Rp. 10.000 sesuai dengan Besaran Biaya Jasa Zona I pada peraturan Menteri Perhubungan.

Adapun penjelasan dari peneliti mengenai harga yang dibayar konsumen setelah dipotong biaya sewa.

Harga yang dibayar konsumen di Yogyakarta sebesar Rp. 10.000 dimana terdiri dari Biaya pemesanan sebesar Rp.2000, Biaya sewa aplikasi sebesar 20% dan kemudian sisanya merupakan pendapatan bersih driver.

Ketika Driver menerima Orderan dengan jarak tempuh antara 1-3 kilo meter, kemudian membayar harga sebesar Rp.10.000, akan dikurangi biaya pemesanan sebesar Rp.2000 sehingga sisanya Rp.8000. Sisa Rp.8000 tersebut kemudian dipotong Biaya sewa penggunaan aplikasi sebesar 20% sebagai biaya sewa aplikasi. Sehingga besar biaya sewa aplikasi sebesar Rp.1.600. Maka pendapatan bersih driver Grab pada jarak tempuh 1-3 kilo meter di Yogyakarta yaitu Rp. 6.400.

Atau dapat dituliskan sebagai berikut :

Pendapatan bersih aplikator = (Pendapatan driver sebelum dipotong dipotong – Biaya Pemesanan) x Biaya sewa aplikasi (20%)

$$= (\text{Rp. } 10.000 - \text{Rp. } 2000) \times 20\%$$

$$= \text{Rp. } 8.000 \times 20\%$$

$$= \text{Rp. } 1.600$$

Pendapatan bersih (netto) Driver = Pendapatan driver sebelum dipotong - Biaya Pemesanan - Pendapatan bersih Aplikator

$$= \text{Rp. } 10.000 - \text{Rp. } 2.000 - \text{Rp. } 1.600$$

$$= \text{Rp. } 6.400$$

Dari perhitungan diatas maka harga yang harus dibayar penumpang setelah dipotong biaya sewa yaitu: Pendapatan Bersih Driver + Biaya pemesanan = Rp.6.400 + Rp. 2.000 = Rp. 8.400

Menurut hasil wawancara, harga grab yang dibayar konsumen akan meningkat diatas Rp.12.000 ketika konsumen memesan pada jarak tempuh lebih dari 3 Km. Artinya bahwa ketika harga yang dibayar konsumen meningkat maka Biaya sewa aplikasi juga meningkat, kecuali biaya pemesanan. Biaya Pemesanan tidak mengalami peningkatan dikarenakan biaya pemesanan sudah ditetapkan oleh aplikator. Sedangkan Biaya sewa dipotong sesuai dengan besar pendapatan kotor driver setelah dipotong biaya Pemesanan.

Dasar Penentuan Harga Transportasi Online Grab di NTT

Tabel 4.2 Selisih Tarif antara Peraturan Menteri Perhubungan dengan Hasil Wawancara Driver Grab di NTT

Jarak Tempuh	Penetapan minimal Pemerintah setelah dipotong biaya Sewa	Tarif dari setelah biaya Sewa	Harga yang dibayar penumpang di NTT setelah dipotong biaya Sewa (20%)	Selisih
1-3 kilo meter	Rp.7.000 – Rp.10.000		Rp. 10.200	Rp. 200

Berikut peneliti menjelaskan hasil perhitungan dari tabel 4.2 diatas;

Sesuai dengan hasil wawancara, di NTT Harga yang dibayar penumpang pada jarak 1-3 kilo meter sebesar Rp. 12.000 dimana terdiri dari biaya pemesanan yang ditetapkan sebesar Rp. 3000, Biaya sewa aplikasi sebesar 20%, kemudian sisa dari biaya pemesanan dan biaya sewa aplikasi merupakan Pendapatan bersih Driver.

Ketika Driver menerima Orderan dengan jarak tempuh antara 1-3 kilo meter, kemudian membayar harga sebesar Rp.12.000, akan dikurangi biaya pemesanan sebesar Rp.3000 sehingga sisanya Rp.9000. Sisa Rp.9.000 tersebut kemudian di potong biaya sewa aplikasi sebesar 20%. Sehingga besar biaya sewa aplikasi sebesar Rp.1.800. Maka pendapatan bersih driver Grab di NTT pada jarak tempuh 1-3 kilo meter yaitu Rp. 7.200.

Atau dapat dituliskan sebagai berikut:

Pendapatan Bersih Aplikator = (Pendapatan driver sebelum dipotong aplikator – Biaya Pesanan) x Biaya sewa Aplikasi (20%).

$$= (\text{Rp. 12.000} - \text{Rp. 3000}) \times 20\%$$

$$= \text{Rp. } 9.000 \times 20\%$$

$$= \text{Rp. } 1.800$$

Setelah dipotong aplikasi sebesar Rp.1.800, maka
pendapatan bersih (netto) Driver = Rp. 9.000 – Rp. 1.800
= Rp. 7.200

Maka, Harga yang harus dibayar konsumen setelah dipotong aplikasi sebesar Rp. 10.200

Berdasarkan tabel dan penjelasan diatas, dapat dilihat adanya selisih harga sebesar Rp.200. Artinya bahwa pembayaran oleh konsumen di NTT tidak sesuai dengan Peraturan Menteri Perhubungan.

Penetapan tarif Transportasi dari pemerintah pada tabel 4.2, merupakan biaya jasa minimal yang telah ditentukan oleh Menteri Perhubungan seperti yang telah di jelaskan pada pembahasan 4.1. Jika dibandingkan dengan harga yang harus dibayar konsumen setelah dipotong biaya sewa di NTT, maka dapat dilihat bahwa Harga yang dibayar penumpang di NTT setelah dipotong biaya Sewa (20%) memiliki selisih sebesar Rp.200

Perbandingan Penentuan Harga Grab antara Daerah Istimewa Yogyakarta dan NTT Sesuai dengan Peraturan Menteri Perhubungan

Tabel 4.3 Selisih tarif Grab di Daerah Istimewa Yogyakarta dan NTT berdasarkan Peraturan Menteri Perhubungan

Jarak Tempuh	Peraturan Menteri Terhadap Tarif Grab di Daerah Istimewa Yogyakarta	Peraturan Menteri Terhadap Tarif Grab di NTT	Selisih
1-3 kilo meter	Rp.7.000 – Rp.10.000	Rp.7.000 – Rp.10.000	-

Tabel 4.3 Menunjukkan tidak terdapat selisih harga Grab yang ditetapkan Menteri Perhubungan antara Daerah Istimewa Yogyakarta dan NTT. Hal ini dikarenakan tarif minimum yang ditetapkan Menteri Perhubungan di Daerah Istimewa Yogyakarta dan NTT Sama. Kesamaan ini dapat dilihat pada Besaran Biaya Jasa Zona yang ditetapkan oleh Menteri perhubungan dimana sesuai dengan dokumen KELIMA Peraturan Menteri Perhubungan, Daerah Istimewa Yogyakarta termasuk dalam Zona I dan NTT termasuk dalam Zona III dengan Biaya Tarif minimum yang ditetapkan sama yakni berkisar antara Rp.7000-Rp.10.000. Hal ini memperjelas bahwa penentuan tarif Grab oleh Menteri Perhubungan Bukan merupakan faktor yang menyebabkan adanya perbedaan harga grab di Daerah Istimewa Yogyakarta dan NTT.

Perbandingan Biaya Grab pada jarak tempuh yang sama antara Daerah Istimewaa Yogyakarta dan NTT

Tabel 4.4 Selisih Harga yang dibayar penumpang Grab di Daerah Istimewa Yogyakarta dan NTT

Jarak Tempuh	Harga Grab yang dibayar Konsumen di Daerah Istimewa Yogyakarta	Harga yang dibayar konsumen Grab di NTT	Selisih
1-3 kilo meter	Rp. 10.000	Rp. 12.000	Rp. 2.000

Tabel 4.4 menunjukkan bahwa harga grab di Daerah Istimewa Yogyakarta dengan NTT memiliki selisih harga yang dibayar konsumen pada jarak dekat (1-3 kilo meter) Sebesar Rp.2000. Harga pada tabel diatas merupakan harga yang dibayar konsumen sebelum dipotong biaya sewa aplikasi maupun biaya pemesanan.

Tabel 4.5 Selisih Harga Grab di Daerah Istimewa Yogyakarta dan NTT setelah di potong biaya pemesanan.

Jarak Tempuh	Harga Grab di daerah Istimewa Yogyakarta setelah dipotong biaya Pemesanan sebesar Rp.2000	Harga Grab di NTT setelah dipotong biaya Pemesanan sebesar Rp.3000	Selisih
1-3 kilo meter	Rp. 8000	Rp. 9000	Rp. 1000

Tabel 4.5 Memperlihatkan adanya perbedaan biaya pemesanan grab di Daerah Istimewa Yogyakarta dan NTT dimana data mengenai biaya pemesanan diperoleh dari hasil wawancara driver Grab, baik di Daerah Istimewa Yogyakarta maupun di NTT. Perbedaan biaya pemesanan ini, menyebabkan adanya selisih sebesar Rp.1000. Dari selisih yang ada maka dapat disimpulkan bahwa biaya pemesanan grab di Daerah Istimewa Yogyakarta dan NTT adalah salah satu factor yang menyebabkan adanya perbedaan harga grab yang dibayar konsumen di Daerah Istimewa Yogyakarta dan NTT pada jarak tempuh yang sama.

Tabel 4.6 Selisih Harga Grab di daerah Istimewa Yogyakarta dan NTT setelah dipotong biaya sewa aplikasi.

Jarak Tempuh	Harga Grab di daerah Istimewa Yogyakarta setelah dipotong biaya Sewa aplikasi (20%)	Harga Grab di NTT setelah dipotong biaya biaya sewa aplikasi (20%)	Selisih
1-3 kilo meter	Rp. 8.400	Rp. 10.200	Rp. 1.800

Harga yang dibayar konsumen di Yogyakarta sebesar Rp. 10.000 dimana terdiri dari Biaya pemesanan sebesar Rp.2000, Biaya sewa aplikasi sebesar 20% dan kemudian sisanya merupakan pendapatan bersih driver.

Pendapatan bersih aplikator = (Pendapatan driver sebelum dipotong dipotong – Biaya Pemesanan) x Biaya sewa aplikasi (20%)

$$= (Rp. 10.000 - Rp. 2000) \times 20\%$$

$$= Rp. 8.000 \times 20\%$$

$$= Rp. 1.600$$

Pendapatan bersih (netto) Driver = Pendapatan driver sebelum dipotong - Biaya Pemesanan - Pendapatan bersih Aplikator

$$= Rp. 10.000 - Rp. 2.000 - Rp. 1.600$$

$$= Rp. 6.400$$

Dari perhitungan diatas maka harga yang harus dibayar penumpang setelah dipotong biaya sewa yaitu : Pendapatan Bersih Driver + Biaya pemesanan = Rp.6.400 + Rp. 2.000 = Rp. 8.400

Sesuai denga hasil wawancara, di NTT Harga yang dibayar penumpang pada jarak 1-3 kilo meter sebesar Rp. 12.000 dimana terdiri dari biaya pemesanan yang ditetapkan sebesar Rp. 3000, Biaya sewa aplikasi sebesar 20%, kemudian sisa dari biaya pemesanan dan biaya sewa aplikasi merupakan Pendapatan bersih Driver.

Berikut perhitungannya:

Pendapatan Bersih Aplikator = (Pendapatan driver sebelum dipotong apikator – Biaya Pesanan) x Biaya sewa Aplikasi (20%).

$$= (Rp. 12.000 - Rp. 3000) \times 20\%$$

$$= Rp. 9.000 \times 20\%$$

$$= Rp. 1.800$$

Setelah dipotong aplikator sebesar Rp.1.800, maka

$$\text{pendapatan bersih (netto) Driver} = Rp. 9.000 - Rp. 1.800$$

$$= Rp. 7.200$$

Maka, Harga yang harus dibayar konsumen setelah dipotonga aplikator sebesar Rp. 10.200

Tabel 4.7 Selisih Harga Grab di daerah Istimewa Yogyakarta dan NTT setelah dipotong biaya Pemesanan dan biaya Sewa aplikasi

Jarak Tempuh	Harga Grab di daerah Istimewa Yogyakarta setelah dipotong biaya Pemesanan (Rp.2000) dan biaya Sewa aplikasi (20%)	Harga Grab di NTT setelah dipotong biaya Pemesanan (Rp.3000) dan biaya sewa aplikasi (20%)	Selisih
1-3 kilo meter	Rp.6.400	Rp.7.200	Rp.800

Harga Grab di daerah Istimewa Yogyakarta setelah dipotong biaya Pemesanan (Rp.2000) dan biaya Sewa aplikasi (20%):

Pendapatan bersih aplikator = (Pendapatan driver sebelum dipotong – Biaya Pemesanan) x Biaya sewa aplikasi (20%)

$$= (\text{Rp. } 10.000 - \text{Rp. } 2000) \times 20\%$$

$$= \text{Rp. } 8.000 \times 20\%$$

$$= \text{Rp. } 1.600$$

Pendapatan bersih (netto) Driver = Pendapatan driver sebelum dipotong - Biaya Pemesanan - Pendapatan bersih Aplikator

$$= \text{Rp. } 10.000 - \text{Rp. } 2.000 - \text{Rp. } 1.600$$

$$= \text{Rp. } 6.400$$

Harga Grab di NTT setelah dipotong biaya Pemesanan (Rp.3000) dan biaya sewa aplikasi (20%):

Pendapatan Bersih Aplikator = (Pendapatan driver sebelum dipotong apikator – Biaya Pesanan) x Biaya sewa Aplikasi (20%).

$$= (\text{Rp. } 12.000 - \text{Rp. } 3000) \times 20\%$$

$$= \text{Rp. } 9.000 \times 20\%$$

$$= \text{Rp. } 1.800$$

Setelah dipotong aplikator sebesar Rp.1.800, maka

$$\text{pendapatan bersih (netto) Driver} = \text{Rp. } 9.000 - \text{Rp. } 1.800$$

$$= \text{Rp. } 7.200$$

Tabel 4.6 serta rincian penjelasan diatas, Memperlihatkan adanya selisih harga yang harus dibayar konsumen setelah dipotong biaya pemesanan dan biaya sewa aplikasi atau dapat dikatakan bahwa adanya selisih pendapatan bersih driver grab di Jogja dan NTT.

E. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian tentang analisis dasar penentuan harga transportasi online grab dan perbandingan jarak tempuh disetiap daerah, spesifik di Daerah Istimewa Yogyakarta dan NTT, maka ditarik kesimpulannya bahwa dasar penentuan harga serta perbandingan jarak tempuh pada pengguna transportasi grab dihitung berdasarkan peraturan Menteri Perhubungan RI Nomor 348 Tahun 2019 tentang Tarif Ojek Online juga berdasarakan sistem zonasi dalam wilayah.

F. DAFTAR PUSTAKA

<https://hubdat.dephub.go.id/id/siaran-pers/atur-batas-tarif-ojek-online-kemenhub-terbitkan-regulasi-terbaru/>

<https://www.liputan6.com/bisnis/read/5037831/tarif-grab-belum-naik-meski-ada-aturan-baru-kemenhub>

<https://setkab.go.id/inilah-keputusan-menhub-soal-besaran-tarif-jasa-ojek-dengan-aplikasi/>
Siahaan, M. D. N. (2020). Analisis Perbandingan Pendapatan Driver Grab Full Time Dan Upah Minimum Kota (Studi Kasus Dikota Medan).

Rasjid, A., & Laksono, A. (2021). Pengaruh Persepsi Harga dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Ojek Online

- (Studi Kasus Pelanggan Grab di Kota Palembang). *Jurnal Manajemen*, 9(1), 1-16.
- Boimau, H., & Bessie, J. L. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Online Grabbike. *JOURNAL OF MANAGEMENT Small and Medium Enterprises (SME's)*, 14(2), 169-187.
- Ayu, S., & Lahmi, A. (2020). Peran e-commerce terhadap perekonomian Indonesia selama pandemi Covid-19. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*, 9(2), 114-123.
- Hardaningtyas, R. T. (2018). Persepsi Masyarakat Terhadap Penggunaan Transportasi Online (Grab) Di Malang. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 2(1), 42-58.
- Ramadhan, M. H. (2020). Analisis Faktor-Faktor Permintaan Angkutan Umum Online Grab Di Kecamatan Medan Tembung (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara).
- Salam, M. A. (2019). Transformasi Ojek Konvensional ke Ojek Online dalam Perspektif Sosial Ekonomi.
- Wahyuni, S. (2020). Analisis Dampak Keberadaan Go Food dan Grab Food terhadap Peningkatan Penjualan Usaha Kuliner (Studi Kasus: Pelaku Usaha Kuliner di Kelurahan Sei Kera Hilir II Kecamatan Medan Perjuangan Kota Medan) (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara).