

DAFTAR ISI

HALAMANAN JUDUL	
LEMBAR PERSETUJUAN TESIS	
LEMBAR PENGESAHAN TESIS	
KATA PENGANTAR.....	i
ABSTRAK.....	ii
DAFTAR ISI.....	iii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumus Masalah.....	18
1. Bagaimana pengaturan keringanan kredit kendaraan bermotor untuk ojek online ?.....	18
2. Bagaimana cara meringankan kredit kendaraan bermotor untuk ojek online ?.....	18
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	18
1. Untuk menganalisa pengaturan keringanan kredit kendaraan bermotor untuk ojek online.....	18
2. Untuk menganalisa cara meringankan kredit kendaraan bermotor untuk ojek online.....	18
D. Kerangka Teori (atau Kerangka Konsep).....	18
1. Teori Perlindungan hukum.....	19

2. Teori Kewenangan Hukum.....	21
3. Teori kepastian Hukum.....	23
4. Teori Keadilan.....	26
5. Teori Kemanfaatan.....	29
E. Definisi Konsep.....	31
1. Moda Transportasi.....	32
2. Kredit Kendaraan Bermotor.....	33
3. Pandemi.....	34
4. PSBB.....	34
5. Relaksasi Kredit.....	35
F. Metode Penelitian.....	36
G. Sistematika Penulisan.....	41
BAB II.....	43
SISTEM, FUNGSI, ALAT TRANSPORTASI, PANDEMI VIRUS CORONA, PSBB SERTA PEMBATASAN MODA TRANSPORTASI.....	43
A. Definisi Sistem Transportasi.....	43
B. Fungsi Transportasi.....	43
C. Alat Transportasi.....	45
D. Pandemi Virus Corona.....	53
E. Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB).....	60
F. Pembatasan Moda Transportasi.....	65

BAB III.....	68
SEJARAH, TUJUAN PEMBENTUKAN, TUGAS, FUNGSI, DAN WEWENANG OTORITAS JASA KEUANGAN DALAM MENJAGA STABILITAS n SISTEM KEUANGAN, DAN MENDUKUNG PERTUMBUHAN EKONOMI.....	68
A. Regulasi Otoritas Jasa Keuangan Dalam Menjaga Stabilitas Sistem Keuangan dan Mendukung Pertumbuhan Ekonomi.....	68
B. Relaksasi Kredit Untuk Mendukung Pertumbuhan Ekonomi Yang Perlu Diambil Sebagai Kebijakan Perekonomian Sebagai Countercyclical Dampak Penyebaran Coronavirus Disease 2019 (Covid-19).....	86
BAB IV.....	96
STIMULUS PEREKONOMIAN NASIONAL SEBAGAI KEBIJAKAN COUNTERCYCLICAL DAMPAK PENYEBARAN CORONAVIRUS DISEASE 2019.....	96
A. Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 11/Pojk.03/2020 Tentang Stimulus Perekonomian Nasional Sebagai Kebijakan Countercyclical Dampak Penyebaran Coronavirus Disease 2019.....	96
B. Kebijakan Relaksasi Pembiayaan Terdampak Covid- 19 yang di Terbitkan Melalui Otoritas Jasa Keuangan.....	109

BAB V.....	115
PENUTUP.....	115
A. Kesimpulan.....	115
B. Saran.....	116
DAFTAR PUSTAKA.....	117

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sejak awal tahun 2000, perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) berkembang pesat. Hal tersebut telah berdampak pada perubahan sosial yang sangat cepat di banyak negara di seluruh dunia, termasuk Indonesia. Beberapa perubahan besar yang terjadi, antara lain komersialisasi digital.¹

Perkembangan teknologi internet yang cepat menyebabkan perubahan dalam masyarakat. Banyak bisnis mulai muncul dengan melibatkan perkembangan teknologi internet. Salah satunya adalah bisnis di aplikasi berbasis penyedia layanan di bidang mode transportasi berbasis online yang ternyata bisa memberikan solusi dan menjawab berbagai kekhawatiran publik tentang layanan transportasi umum.²

Dalam perekonomian suatu negara, teknologi informasi dirasakan memiliki peran yang penting, karena dengan kemajuan teknologi informasi akan meningkatkan kemampuan produktivitas dunia industri terlebih dari bidang industri kreatif yang berbasis teknologi informasi. Hal

¹ Hesmondhalgh, *Berbeda dengan e-commerce di mana komoditas bersifat digital*, 2013.

² Maharani Mauldyia, Arianis Chan, P. W. T., *No Title Comparison Of User Experience On Go-Jek And Grab Mobile Apps (A Study On Pt. Go-Jek And Pt. Grab Indonesia Consumers In Dki Jakarta)* Mauldyiae, 2017, hlm. 14–30.

tersebut dapat kita lihat dengan banyak hadirnya berbagai aplikasi mobile di Indonesia baik produk lokal maupun asing dan setiap tahunnya menunjukkan suatu pertumbuhan yang signifikan. Salah satu perangkat di internet yang seringkali dimanfaatkan dalam aktivitas komunikasi pemasaran maupun pembangunan merek secara online adalah apps. Saat ini, sebagian perusahaan setidaknya memiliki aplikasi untuk merek dan produknya, baik aplikasi perusahaan maupun aplikasi e-commerce.

Representasi sebuah merek dapat mempengaruhi persepsi konsumen terhadap merek tersebut, sehingga pemasar harus memastikan bahwa elemen-elemen yang ada pada perangkat situs/apps tersebut dapat menjadi representatif yang positif, baik secara estetika maupun dalam memberikan apa yang dirasakan oleh konsumen. Representasi yang baik dapat diciptakan dari pembentukan pengalaman yang baik. Satu-satunya tujuan valid dari pemasaran adalah penciptaan pengalaman pelanggan (customer experience) yang berharga. Hal ini berlaku pula dalam dunia online. Pengalaman yang dirasakan pengguna dalam menggunakan suatu teknologi tertentu, termasuk internet dan situs disebut dengan istilah user experience.

Perkembangan teknologi internet yang cukup pesat memberikan perubahan sosial masyarakat. Banyak bisnis mulai bermunculan dengan memanfaatkan perkembangan teknologi informasi tersebut, salah satunya adalah kemunculan bisnis penyedia layanan jasa berbasis

aplikasi. Salah satunya, adalah kemunculan moda transportasi berbasis online yang ternyata dapat memberikan solusi dan menjawab berbagai kekhawatiran masyarakat akan layanan transportasi umum. Kemacetan ibukota dan ketakutan masyarakat dengan keamanan transportasi umum dijawab dengan kehadiran aplikasi transportasi online yang memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi penggunanya.

Banyaknya perusahaan yang menawarkan variasi layanan jasa yang sama membuat persaingan semakin ketat. Bisnis transportasi online yang saat ini sudah sangat dikenal yaitu Grab dan Go-Jek. Kedua perusahaan transportasi berbasis aplikasi ini terbukti memberikan perubahan yang signifikan terutama bagi kehidupan sosial masyarakat. Bahkan kedua perusahaan ini menjadi perusahaan jasa berbasis aplikasi pilihan utama masyarakat terutama masyarakat ibukota dan saling berkompetisi secara ketat satu sama lainnya.

Tingkat persaingan antara Go-Jek dan Grab kian tinggi. Kedua perusahaan ini telah tumbuh dengan pesat baik dari jumlah armada untuk layanan transportasi maupun pengembangan aplikasi yang dimiliki masing-masing perusahaan itu sendiri. Saat ini, aplikasi Go-Jek sudah diunduh hampir 10 juta kali di Google Play Store, selain itu tersedia pula di App Store (iOS). Sebagai pesaing berat Go-Jek di bisnis ini, aplikasi Grab pun telah diunduh hampir 10 juta kali lewat smartphone Android. Aplikasi Grab ini juga bisa didapatkan melalui perangkat Apple dan Blackberry.

Kedua perusahaan juga melakukan inovasi dengan mengembangkan fitur yang ditawarkan selain layanan transportasi juga saat ini berusaha memenuhi kebutuhan gaya hidup dan logistik di dalam satu aplikasi. Seperti Go-Jek yang menambahkan layanan selain jasa transportasi ojek yaitu Go-Car, Go-Food, Go-Mart, Go-Send, Go-Box, Go-Pulsa, Go-Massage, Go-Clean, Go-Glam, Go-Tix, Go-Auto, Go-Med, Go-Busway. Sedangkan Grab selain menyediakan layanan transportasi ojek yang dinamakan GrabBike, Grab pun melakukan inovasi dengan menambahkan layanan GrabTaxi, GrabCar, GrabExpress, GrabFood, GrabHitch dan fitur terbarunya yaitu GrabChat guna mempermudah komunikasi antara penumpang dan mitra pengemudi.

Go-Jek adalah salah satu perusahaan yang menawarkan layanan transportasi ojek yang terintegrasi dengan teknologi, dengan menggunakan aplikasi berbasis pemesanan ojek. Sebagai pelopor dalam bisnis ini, Go-Jek mendapat respon yang baik dari konsumen dan driver.³

Peningkatan jumlah penduduk akan berbanding lurus dengan peningkatan penggunaan kendaraan bermotor terjadi sangat pesat di Indonesia sehingga menyebabkan kemacetan di hampir setiap ruas jalan, terutama di kota-kota besar. Berdasarkan data yang dilaporkan oleh Kepolisian Republik Indonesia mengenai perkembangan jumlah kendaraan, terjadi peningkatan jumlah kendaraan bermotor. Sepanjang

³ Fitria, S. E. And Fathaniaizzati, A., *Identification Of The Implementation Four Dimensions Of Innovation By Joe Tidd In PT . Go-Jek Indonesia*, 2016, hlm. 257–268.

tahun 2012, ada sekitar 13,5 juta kendaraan di Jakarta. Dari jumlah itu, 10,8 juta merupakan kendaraan roda dua sedangkan sisanya mobil. Nomor ini meningkat cukup drastis pada tahun 2013. Sebanyak 14,9 juta kendaraan di Jakarta termasuk 11,9 juta sepeda motor dan 3 juta mobil. Ini merupakan peningkatan 9,1 persen kendaraan bermotor di Jakarta. Sementara itu, tingkat pertumbuhan di Jakarta tidak meningkat secara signifikan.⁴

Hal ini jelas membuat orang mencari Transporter alternatif untuk mempermudah dan mempercepat mobilitas sehingga menghemat waktu dan biaya, juga aman digunakan. Salah satunya adalah sepeda motor atau ojek yang dapat mengangkut satu penumpang dalam satu sepeda motor yang akan memudahkan pengguna untuk sampai ke tujuan tepat waktu. Selain itu, fenomena yang muncul di masyarakat dimana penggunaan internet sudah menjadi kebutuhan sehari-hari setiap orang.

Dari data yang dimiliki oleh APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) menunjukkan bahwa Pengguna internet di Indonesia setiap tahun meningkat. Dilihat dari domisilinya, 78,5% dari total pengguna Internet di Indonesia tinggal di wilayah barat Indonesia. Sebagai tambahan penting, pengguna Internet didominasi oleh mereka yang tinggal di perkotaan Indonesia.⁵

Berdasarkan data statistik pertumbuhan pangsa pasar e-commerce di Indonesia oleh Vertitrans, dari 2013 hingga 2015 peningkatan pangsa

⁴ www.cnnindonesia.com

⁵ <http://www.apjii.or.id/read/content/info-terkini/301/pengguna-internet-indonesia-tahun-2014-sebanyak-88.html>

pasar e-commerce di Indonesia. Penggunaan Internet secara luas adalah hal baru peluang bisnis bagi pengusaha. Nadiem Makarim melihat ini sebagai peluang dan mendirikan perusahaan yang bergerak dalam layanan yang GO-JEK.

GO-JEK merupakan salah satu perusahaan yang menawarkan jasa transportasi ojek yang terintegrasi dengan teknologi, yaitu pemesanan aplikasi berbasis taksi. Bentuk inovasi inilah yang membedakan produknya, proses bisnis, memposisikannya sebagai penyedia jasa transportasi darat, dan paradigma masyarakat dari sepeda motor atau ojek. GO-JEK adalah penyedia layanan antar jemput manusia (transport), freight forwarder (kurir instan), layanan pemesanan makanan (go-food), pembelian barang dan jasa di suatu tempat (belanja) berbasis aplikasi. Konsumen dapat mengunduh aplikasi GO-JEK di Google App-Store atau PlayStore dan memilih layanan apa yang akan digunakan. Setelah itu transparan, GO-JEK akan menunjukkan tarif yang harus dibayar oleh konsumen sebelum memindai driver. Setelah melakukan pelayanan GO-JEK konsumen dapat memberikan feedback kepada pengemudi untuk memberikan rating bahwa kolom telah disediakan pada aplikasi saat perjalanan kita selesai.

Sistem yang ditawarkan GO-JEK ternyata menarik banyak pengemudi. Dari diagram di atas, dapat terlihat jumlah driver GO-JEK meningkat drastis dari Januari 2015 hingga Juni 2015 dengan total hampir 11.000. Dengan kenaikan driver tertinggi terjadi dari bulan April sampai