



**MENGUNGKAP KEBIJAKAN MANAJEMEN PUBLIK UNTUK
MEWUJUDKAN *GOOD CORPORATE GOVERNANCE* DALAM
PRESPEKTIF DIALOGIS DIGITAL
(STUDI KASUS GRAB CABANG MAKASSAR)**

Jamaluddin Majid
(jamal.majid@uin-alauddin.ac.id)
Program Studi Akuntansi
Universitas Islam Negeri UIN Alauddin Makassar

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap lebih terkait implementasi kebijakan manajemen publik perusahaan grab dalam mewujudkan tata kelola perusahaan yang baik dengan prespektif dialogis digital. Dengan begitu penelitian ini menggunakan metode survey pada beberapa kantor yang terkait. Saat ini perusahaan dituntut untuk terus meningkatkan serta mengembangkan semua aspek bisnisnya. Jenis penelitian ini yaitu penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan fenomenologi. Orang cenderung menggunakan moda transportasi sesuai apa yang mereka butuhkan dan apa yang mereka lakukan dan juga sesuai dengan seberapa efektif dan efisien moda transportasi yang mendukung kegiatan mereka. Perkembangan teknologi saat ini telah merambah ke transportasi secara online. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa untuk menuju tata kelola perusahaan yang baik pihak GRAB harus menerapkan lebih baik terkait dengan Transparansi dan kesetaraan dalam bisnisnya.

Kata kunci: Kebijakan Publik, *Good Corporate Governance*, Transportasi Online, *Dialogis Digital*.

ABSTRACT

This study aims to reveal more related to the implementation of grab public management policies in realizing good corporate governance with a digital dialogical perspective. That way this study uses a survey method in several related offices. Today the company is required to continue to improve and develop all aspects of its business. This type of research is qualitative research using the phenomenology approach. People tend to use transportation modes according to what they need and what they do and also according to how effective and efficient the modes of transportation that support their activities. Current technological developments have penetrated into transportation online. The results of

this study indicate that towards good corporate governance GRAB must implement better related to Transparency and equality in its business.

Key Words: *Public Policy, Good Corporate Governance, Online Transportation, Dialogis Digital.*

A. PENDAHULUAN

Kebijakan publik merupakan sesuatu yang tidak terpisahkan dari kehidupan manusia, baik dalam bentuk tataran mikro individual maupun dalam tataran makro kehidupan bermasyarakat dan bernegara (santoso, 2008). Kebijakan publik merupakan keputusan-keputusan atau pilihan-pilihan tindakan yang secara langsung mengatur pengelolaan dan pendistribusian sumberdaya alam, finansial dan manusia demi kepentingan publik, yakni rakyat banyak, penduduk, masyarakat atau warga negara. proses sebagai hasil dari adanya sinergi, kompromi atau bahkan kompetisi antara berbagai gagasan, teori, ideologi, dan kepentingan-kepentingan yang mewakili sistem politik suatu negara. Oleh karena itu, kebijakan merupakan instrumen untuk melakukan suatu tindakan dalam bidang tertentu seperti fasilitas umum, transportasi, pendidikan, kesehatan, perumahan, kesejahteraan, dan lain-lain yang dianggap akan membawa dampak positif bagi kehidupan warganya (Anggraeni *et all.*, 2010). Dalam konteks kebijakan publik, selain pemerintah selaku pengambilan keputusan, juga terdapat para stakeholder kebijakan. Pemangku kepentingan di sini adalah individu, kelompok, atau lembaga yang memiliki kepentingan terhadap suatu kebijakan. Stakeholder kebijakan ini bisa berupa aktor yang terlibat dalam perumusan dan implementasi kebijakan, para penerima manfaat maupun para korban yang dirugikan oleh suatu kebijakan publik (Anshori *et all.*, 2012).

Perkembangan teknologi beberapa tahun terakhir yang begitu cepat, membuat berbagai peluang bisnis melalui teknologi semakin menjanjikan. Manusia menciptakan teknologi untuk mendorong/mendukung kegiatan yang dilakukan oleh individu maupun perusahaan sehingga lebih efektif dan efisien (Ahmad, 2015). Pada umumnya, teknologi ini merupakan alat komunikasi satu arah untuk hubungan masyarakat untuk menyampaikan informasi kepada publik, dan paling konten harus pertama melewati pengawasan dari penjaga gerbang media. Namun, dengan pengenalan dan penetrasi luas internet, praktisi hubungan masyarakat bisa berkomunikasi langsung dengan publik dalam skala yang belum pernah terjadi sebelumnya tanpa persetujuan dari penjaga gerbang media maupun kesesuaian dengan aturan mereka (Sommerfeldt dan Yang, 2018). Dialogis digital telah

menyediakan kerangka kerja yang layak untuk memfasilitasi komunikasi organisasi-publik dan telah menjadi salah satu konsep yang paling berpengaruh dalam hubungan masyarakat (Uysal, 2018). Untuk lebih menjelaskan pendekatan dialogis untuk *public relations*, dibahas lima fitur dialog: mutualitas (yaitu, mengakui hubungan organisasi-publik dan keterkaitan), kedekatan (yaitu, interaksi spontan), empati (yaitu, menjadi asli dan mendukung publik ' kebutuhan dan kepentingan), risiko (yaitu, bersedia untuk berinteraksi dengan publik dan menggabungkan sikap mereka), dan komitmen (yaitu, memberikan organisasi ke dialog). fitur kunci seperti ini dapat dimasukkan ke dalam praktek *public relations* di interpersonal, dimediasi, dan tingkat organisasi (Men *et al.*, 2018).

Transportasi merupakan salah satu hal utama yang memainkan peran penting dalam kehidupan sehari-hari, banyak orang bahkan tidak dapat dipisahkan dengan itu karena sangat berguna untuk mendukung kegiatan sehari-hari masyarakat. Perkembangan teknologi saat ini telah merambah ke transportasi secara online (Bolang *et al.*, 2018). Layanan transportasi secara online saat ini sangat populer di Indonesia. Tidak hanya menyediakan layanan perjalanan tetapi juga layanan lain seperti pengiriman makanan, pengiriman obat-obatan, dan jasa kurir. Internet telah membuat lebih mudah bagi orang untuk berhubungan dengan satu sama lain dan layanan berbasis Internet memberikan pengurangan drastis dalam biaya transaksi antara pengguna dan penyedia (Damaini *et al.*, 2018). Kehadiran jasa transportasi secara online telah mengubah pola hidup masyarakat untuk mendapatkan layanan transportasi mudah yang hanya memanfaatkan smartphone tanpa keributan. Pengguna tidak perlu tawar-menawar ongkos karena aplikasi akan menyediakan real-time perhitungan tarif (Septiani *et al.*, 2017). Keberadaan moda transportasi online ini dianggap melanggar UU. No. 22 Tahun 2009 tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan, dan PP No. 74 Tahun 2014 Tentang Angkutan Jalan serta Peraturan Menteri Dalam Negeri No. 101 Tahun 2014 Tentang Angkutan Jalan, karena tidak memiliki izin operasional dalam bentuk badan usaha sebagaimana diatur oleh peraturan perundang-undangan yang berlaku. (Warsito, 2017).

Sejak tahun 2015, layanan ojek online telah meningkat banyak di Indonesia. Layanan online ini pertama kali didirikan oleh sebuah perusahaan bernama "Go-Jek" (Kurniasih, 2016). Salah satu hal yang membuat orang tertarik secara online motor-taksi yang lebih murah daripada layanan yang sama dengan transportasi mobil. Jika umumnya harga kegigihan dibuat oleh tawar-menawar antara penumpang dan pengemudi ojek, maka dengan tarif ojek secara online ditentukan berdasarkan jarak dan jam sibuk lalu lintas. Tren jasa transportasi

secara online mengatasi kekhawatiran publik tentang keamanan yang terjamin di angkutan umum karena pelanggan dapat mengidentifikasi identitas pengemudi untuk kontak mereka. Demikian pula, pengemudi juga dapat mengetahui identitas pelanggan akan menjemput (Damaini *et al.*, 2018).

Corporate Governance adalah sistem dimana perusahaan diarahkan dan dikendalikan. Dewan direksi bertanggung jawab atas tata kelola perusahaan mereka (Sanchia, 2015). Dengan penerapan *Good Corporate Governance* yang baik dalam manajemen perusahaan maka dapat memperkuat kinerja perusahaan karena saat ini perusahaan dituntut untuk terus meningkatkan serta mengembangkan semua aspek bisnisnya (Murhadi *et al.*, 2018). Pelaksanaan Tata Kelola Perusahaan memerlukan komitmen dari manajemen puncak dan semua lini organisasi. Pelaksanaan dimulai dengan penetapan kebijakan strategis dan kode etik yang harus dipatuhi oleh semua pihak di perusahaan (Zulpahmi *et al.*, 2018). *Good Corporate Governance* muncul sebagai opsi yang tidak hanya menjadi sebagai formalitas, tetapi juga menjadi sistem nilai yang sangat berpengaruh dalam peningkatan nilai perusahaan. Penerapan *Good Corporate Governance* mendorong terciptanya persaingan yang sehat dan iklim usaha yang kondusif, oleh karena itu pentingnya penerapan *Good Corporate Governance* di Indonesia untuk menunjang pertumbuhan dan stabilitas ekonomi yang berkesinambungan (Yapiter, 2013). Dengan munculnya teknologi, penggunaan smartphone menjadi bagian integral dari kegiatan sehari-hari. Tidak hanya karena kerumitan dengan aturan dan peraturan, tetapi juga menyangkut keseimbangan pasokan dan permintaan antara calon penumpang dan driver. Implementasi merupakan salah satu tahap penting dalam sebuah kebijakan Manajemen Publik, karena pada tahap ini, kebijakan diterapkan dan diukur sejauh mana kebijakan tersebut dapat berjalan sesuai dengan yang diharapkan dan mencapai tujuan-tujuan kebijakan yang diinginkan.

Merujuk pada latar belakang diatas, maka masalah dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana kebijakan manajemen publik perusahaan Grab Cab.Makassar?
2. Bagaimana kebijakan perusahaan dalam mewujudkan *good corporate governance*?
3. Bagaimana kebijakan manajemen publik mewujudkan *good corporate governance* dalam perspektif *Dialogis Digital*?

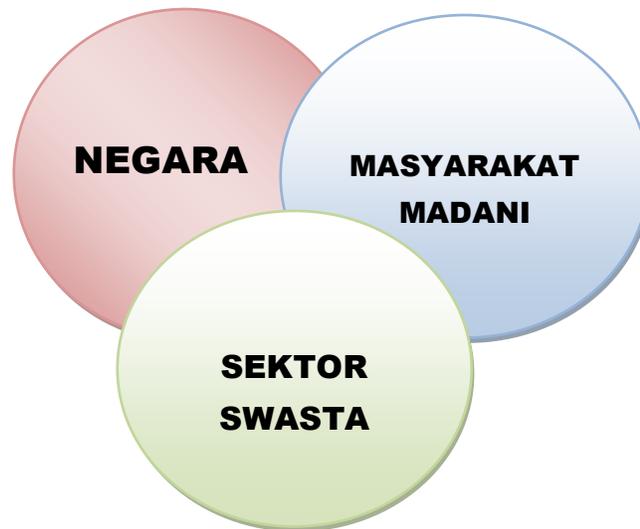
B. TINJAUAN TEORI

Theory of Reasoned Action (TRA) pertama kali diperkenalkan oleh Martin Fishbein. Teori ini menghubungkan antara keyakinan (*belief*), sikap (*attitude*), kehendak (*intention*) dan perilaku (*behavior*) (Jogiyanto, 2007). TRA (Theory Of Reasoned Action) menjelaskan bahwa Perilaku (Behaviour) dilakukan karena individual mempunyai minat atau keinginan untuk melakukannya (behaviour Intention). Minat perilaku (behaviour Intention) akan menentukan perilakunya (Behaviour). Mengacu pada keyakinan seseorang terhadap perilaku tertentu, disini seseorang akan mempertimbangkan untung atau rugi dari perilaku tersebut (*outcome of the behavior*), disamping itu juga dipertimbangkan pentingnya konsekuensi-konsekuensi yang akan terjadi bagi individu bila ia melakukan perilaku tersebut (*evaluation regarding of the outcome*). Sikap adalah fungsi dari kepercayaan tentang konsekuensi perilaku atau keyakinan normatif, persepsi terhadap konsekuensi suatu perilaku dan penilaian terhadap perilaku tersebut. Sikap juga berarti perasaan umum yang menyatakan keberkean atau ketidakberkean seseorang terhadap suatu objek yang mendorong tanggapannya. Faktor sikap merupakan poin penentu perubahan perilaku yang ditunjukkan oleh perubahan sikap seseorang dalam menghadapi sesuatu. Perilaku adalah sebuah tingkatan yang telah dipilih seseorang untuk ditampilkan berdasarkan atas niat yang sudah terbentuk

1. *New Public Governance*

New Public Governance (NPG) merupakan perkembangan terbaru dari teori governance. Terdapat lima konsep kunci dalam NPG yang dipaparkan (Osborne, 2006). Pertama adalah konsep co-production. Realitas dilapangan menunjukan bahwa hubungan antar-aktor dalam governance bukan saja sulit dibangun, tetapi juga antar aktor tekadang masih sering memanipulasi Proses pembuatan kebijakan dimana kebijakan tersebut dilaksanakan yang melibatkan Negara (pemerintah), sektor private dan masyarakat Madani dalam proses pembuatan dan pelaksanaan kebijakan.

Dapat dilihat adanya interaksi antar ketiga aktor tersebut dalam proses pembuatan dan pelaksanaan kebijakan sebagaimana terdapat dalam gambar berikut:



Gambar 1 interaksi kebijakan NPG

Kedua adalah konsep hybrid-organization. Organisasi pemerintahan dituntut untuk menjadi organisasi yang tangguh. Inilah yang merupakan tujuan besar di balik konsep 'organisasi hibrid'. Kunci untuk mencapai itu ialah dengan menciptakan organisasi yang sangat produktif, terutama sekali produktif dalam hal inovasi. Ketiga adalah konsep kompetensi kunci. Kompetensi kunci seorang manajer publik jelas identik dengan kompetensi kunci dari seorang entrepreneur. Ada banyak kompetensi yang tercakup di dalam konsep 'entrepreneur', namun barangkali yang terutama ialah: mampu menjadikan organisasi birokrasi yang dikelolanya menjadi kompetitif dan efisien dalam memproduksi layanan publik, sehingga menghasilkan laba bagi organisasi yang dikelolanya. Keempat adalah konsep akuntabilitas. Akuntabilitas dalam konteks NPG dipahami sebagai suatu relasi, sebagai sesuatu yang bersifat dua arah. Dalam sudut pandang ini, akuntabilitas adalah bagaimana membangun relasi, dan bukan sekedar bagaimana memberikan laporan pertanggungjawaban atau membuka akses informasi atau bahkan membuka akses kewenangan. Kelima adalah konsep Evaluasi. NPG terhadap laporan-laporan evaluasi yang ada selama ini adalah bahwa apa yang dimuat di dalam laporan evaluasi oleh kamum profesional merupakan laporan yang valid dengan sendirinya.

2. Dialogis Digital

Komunikasi dialogis telah menjadi salah satu konsep yang paling penting untuk menganalisis membangun hubungan secara online dalam hubungan masyarakat. Dialogis digital telah menyediakan kerangka

kerja yang layak untuk memfasilitasi komunikasi organisasi-publik dan telah menjadi salah satu teori yang paling berpengaruh dalam hubungan masyarakat (Uysal, 2018). Untuk lebih menjelaskan pendekatan dialogis untuk public relations, dibahas lima fitur dialog: mutualitas (yaitu, mengakui hubungan organisasi-publik dan keterkaitan), kedekatan (yaitu, interaksi spontan), empati (yaitu menjadi asli dan mendukung publik dalam hal kebutuhan dan kepentingan), risiko (yaitu, bersedia untuk berinteraksi dengan publik dan menggabungkan sikap mereka), dan komitmen (yaitu, memberikan organisasi ke dialog). fitur kunci seperti dapat dimasukkan ke dalam praktek public relations di interpersonal, dimediasi, dan tingkat organisasi (Men et all., 2018). Konsep yang dominan dalam hubungan masyarakat secara tradisional digambarkan komunikasi yang tidak bekerja ke arah kompromi atau konsensus sebagai tidak etis (Ciszek dan Logan, 2018).

3. Kebijakan Publik

Dalam konteks kebijakan publik ini, selain pemerintah selaku pengambilan keputusan, juga terdapat para stakeholder kebijakan. Salah satu tahap penting dalam sebuah kebijakan adalah implementasi, karena pada tahap ini, kebijakan diterapkan dan diukur sejauh mana kebijakan tersebut dapat berjalan sesuai dengan yang diharapkan dan mencapai tujuan-tujuan kebijakan yang diinginkan (Anggraeni *et all.*, 2010). Pemangku kepentingan di sini adalah individu, kelompok, atau lembaga yang memiliki kepentingan terhadap suatu kebijakan. Stakeholder kebijakan ini bisa berupa aktor yang terlibat dalam perumusan dan implementasi kebijakan, para penerima manfaat maupun para korban yang dirugikan oleh suatu kebijakan publik (Anshori *et all.*, 2012). kebijakan merupakan instrumen pemerintah untuk melakukan suatu tindakan dalam bidang tertentu seperti fasilitas umum, transportasi, pendidikan, kesehatan, perumahan, kesejahteraan, dan lain-lain yang dianggap akan membawa dampak positif bagi kehidupan warganya (Anggraeni *et all.*, 2010).

4. Transportasi Online

Jasa transportasi secara online adalah layanan transportasi yang semua transaksi dilakukan secara online dengan menggunakan smartphone, aplikasi yang terkait dan internet. Kebutuhan layanan transportasi secara online dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti biaya, kualitas layanan, pendapatan, dan kepemilikan moda transportasi yang digunakan (Septiani *et all.*, 2017). Grab dapat menjelajahi jalan diferensiasi melalui identitas perusahaan sosial yang unik untuk membangun kepercayaan dan loyalitas dengan pelanggan dan driver. misi sosial perusahaan untuk meningkatkan kehidupan orang-orang di

masyarakat adalah mandat yang luas. Sebagai contohnya keterlibatan dengan pemerintah dan masyarakat dapat, sampai batas tertentu, membantu posisi keunggulan kompetitif dalam ekosistem, sehingga meningkatkan faktor pelanggan lengket (Lin dan Dula, 2016).

5. Good Corporate Governance

Good corporate governance (GCG) secara definitif merupakan sistem yang mengatur dan mengendalikan perusahaan yang menciptakan nilai tambah (*value added*) untuk semua stakeholder (Wulansari *et al.*, 2017). Tata kelola perusahaan yang baik berpusat pada prinsip-prinsip akuntabilitas, transparansi, keadilan dan tanggung jawab dalam pengelolaan perusahaan (Ehikioya, 2009). Ada empat komponen utama yang diperlukan dalam konsep *good corporate governance*, yaitu *fairness, transparency, accountability, dan responsibility* (Wati, 2012). Keempat komponen tersebut penting karena penerapan prinsip *good corporate governance* secara konsisten terbukti dapat meningkatkan kualitas laporan keuangan dan juga dapat menjadi penghambat aktivitas rekayasa kinerja yang mengakibatkan laporan keuangan tidak menggambarkan nilai fundamental perusahaan. Struktur tata kelola perusahaan menentukan pembagian hak dan tanggung jawab antara para pemangku kepentingan yang berbeda dalam korporasi seperti: manajer, pemegang saham, pelanggan, karyawan, antara lain, dan merinci aturan dan prosedur untuk membuat keputusan tentang urusan perusahaan. Dengan melakukan hal tersebut juga menyediakan struktur tujuan perusahaan ditetapkan dan cara mencapai tujuan tersebut dan memantau kinerja (Mudashiru *et al.*, 2014).

6. Implementasi kebijakan perusahaan dalam mewujudkan *good corporate governance*

Salah satu tahap penting dalam sebuah kebijakan adalah implementasi, karena pada tahap ini, kebijakan diterapkan dan diukur sejauh mana kebijakan tersebut dapat berjalan sesuai dengan yang diharapkan dan mencapai tujuan-tujuan kebijakan yang diinginkan (Anggraeni *et al.*, 2010). Konsep corporate governance diajukan demi tercapainya pengelolaan perusahaan yang lebih transparan bagi semua pengguna laporan keuangan. Menurut Mulyadi (2016) Bila konsep ini diterapkan dengan baik maka diharapkan pertumbuhan ekonomi akan terus menanjak seiring dengan transparansi pengelolaan perusahaan yang makin baik dan nantinya menguntungkan banyak pihak. Iramani, *et al.* (2018) mengemukakan bahwa *Good Corporate Governance* mempengaruhi kinerja secara tidak langsung melalui ukuran perusahaan.

7. Mewujudkan *good corporate governance* dalam perspektif *Dialogis Digital*

Teori dialogis telah menyediakan kerangka kerja yang layak untuk memfasilitasi komunikasi organisasi-publik dan telah menjadi salah satu teori yang paling berpengaruh dalam hubungan masyarakat (Uysal, 2018). Teori yang dominan dalam hubungan masyarakat secara tradisional digambarkan komunikasi yang tidak bekerja ke arah kompromi atau konsensus sebagai tidak etis (Ciszek dan Logan, 2018). Secara singkat, dialog terutama berkaitan dengan sikap yang dimiliki oleh masing-masing pihak dalam interaksi. Dalam mewujudkan *Corporate Governance* diusulkan untuk mencapai pengelolaan perusahaan lebih transparan bagi semua pengguna laporan keuangan. Jika konsep ini digunakan dengan benar, maka pertumbuhan ekonomi diperkirakan akan bergerak maju sejalan dengan manajemen perusahaan yang transparan yang lebih baik, yang pada akhirnya memberikan manfaat bagi banyak pihak (Muda *et all*, 2018).

C. METODE PENELITIAN

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan penelitian yang digunakan yaitu pendekatan fenomenologi dengan paradigm interpretif. Dalam hal ini paradigma interpretif sasaran utamanya adalah makna berbagai pengalaman, peristiwa dan status yang dimiliki oleh partisipan. Serta bertujuan untuk mengungkap secara detail bagaimana partisipan memaknai dunia sosialnya (Darmayasa dan Aneswari, 2015).

2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Kantor Grab Cabang Makassar dan Kantor Dinas Perhubungan kota Makassar Sulawesi Selatan.

3. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data subjek dan data dokumenter. Sumber data yang digunakan dalam penelitian adalah data primer dan data sekunder.

1. Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari responden yang menjadi sasaran penelitian yang berisikan daftar pertanyaan terstruktur yang ditujukan kepada responden.
2. Data sekunder merupakan data suatu objek yang diperoleh dari pihak lain. Data sekunder yang dimaksud dalam penelitian ini jurnal-jurnal yang menjadi bahan rujukan atau bukti pendukung atas temuan yang ada pada data primer.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Gambaran Umum Perusahaan

Grab didirikan oleh Anthony Tan dan Hooi Ling Tan yang merupakan warga negara Malaysia. Grab merupakan aplikasi layanan transportasi terpopuler di Asia Tenggara yang kini telah berada di Singapura, Indonesia, Filipina, Malaysia, Thailand dan Vietnam. Layanan Grab ditujukan untuk memberikan alternatif berkendara bagi para pengemudi dan penumpang yang menekankan pada kecepatan, keselamatan, dan kepastian.

Sumber: www.alexacom (diakses pada tanggal 7 November 2016)

<i>Website Transportasi Online</i>	<i>Percent of Visitor</i>	<i>Rank In Country</i>	<i>Daily Pageviews Per Visitor</i>	<i>Daily Time On Site</i>
Grab.com	31,8%	 Indonesia 120	2.32 increase 2%	2:58 increase 2%
Go-Jek.com	78,2%	 Indonesia 2382	1.43 decline 13,33%	2:02 decline 6%
Uber.com	40,3% for USA	 Indonesia -	3.00 decline 18,03%	3:52 decline 12%

Pada tabel diatas menunjukkan bahwa dalam lingkup nasional ketiga website transportasi online di Indonesia dilihat dari persentase pengunjung website Grab percent of visitor 31,8% tetapi peringkat untuk dinegara sendiri berada pada peringkat 120 dan untuk setiap harinya pengunjung meningkat sebesar 2%. Selanjutnya jika melihat saingan Grab yaitu Go-Jek dan Uber Go-Jek memiliki persentase pengunjung website percent of visitor 78,2% tetapi peringkat untuk dinegara sendiri berada pada posisi urutan 2382 dan setiap harinya pengunjung menurun sebesar 13,33%. Sedangkan untuk Uber sendiri dalam situs alexa.com

sendiri tidak ada info jumlah pengakses maupun peringkat untuk negara Indonesia.

2. Kebijakan manajemen publik perusahaan Grab

Dalam penelitian ini dilakukan wawancara oleh pihak grab terkait dengan kebijakan manajemen publik perusahaan grab, dimana kebijakan manajemen publik terdiri dari:

a. Kebijakan terkait dengan Etika dan keadilan

Perusahaan Grab bertujuan untuk transparan dan adil terhadap semua transaksinya. Grab Driver App dimaksudkan untuk mengalokasikan pekerjaan secara adil kepada semua Pengemudi dan memberikan kesempatan yang setara kepada semuanya untuk meningkatkan pendapatannya bersama akan tetapi masih ada saja mitra yang melakukan aksi unjuk rasa ke kantor.

b. Kebijakan terkait dengan ketentuan layanan

Perusahaan adalah sebuah perusahaan teknologi yang tidak memberikan atau menjalankan usaha layanan transportasi dan perusahaan bukanlah penyedia jasa transportasi. Aplikasi dimaksudkan untuk digunakan dalam memfasilitasi mitra (sebagai penyedia jasa transportasi) menawarkan layanan transportasi mitra kepada penumpang atau pelanggan. Perusahaan tidak menanggung atau bertanggung jawab atas tindakan dan/atau kelalaian atas layanan apa pun yang mitra berikan kepada penumpang mitra, dan atas tindakan ilegal apa pun yang dilakukan oleh anda. mitra tidak akan menyatakan atau menyebabkan pihak mana pun salah memahami bahwa anda adalah agen, karyawan atau staf perusahaan, dan layanan yang diberikan oleh anda tidak, dalam hal apa pun, dapat dianggap sebagai layanan perusahaan.

Mitra mengakui bahwa seluruh jumlah biaya perjalanan yang dibayar kepada mitra oleh penumpang atau pelanggan termasuk biaya penggunaan piranti lunak, yang dipungut atas nama perusahaan. Biaya penggunaan piranti lunak tersebut sebesar 20% dari biaya perjalanan yang ditetapkan bagi layanan untuk masing-masing penumpang atau pelanggan pada saat selesainya suatu perjalanan, yang wajib ditentukan oleh perusahaan, berdasarkan wewenangnya, dari waktu ke waktu. Perusahaan dapat memberikan pemberitahuan melalui pemberitahuan umum pada Aplikasi, surat elektronik ke alamat email mitra yang ada di dalam catatan Perusahaan, atau dengan komunikasi tertulis yang dikirim dengan surat tercatat atau pos prabayar ke alamat mitra yang ada di dalam catatan Perusahaan. Pemberitahuan tersebut harus dianggap telah diberikan 48 jam setelah pengiriman atau 1 jam setelah pengiriman (sumber: <https://www.grab.com/id/>). Mitra dapat memberikan

pemberitahuan kepada Perusahaan dengan surat yang dikirim melalui kurir atau surat tercatat kepada Perusahaan dengan menggunakan rincian kontak sebagaimana yang diberikan di dalam Aplikasi.

c. Kebijakan terkait dengan Pelayanan

Salah satu bentuk kebijakan yang telah diterapkan oleh perusahaan Grab itu sendiri salah satunya adalah kebijakan pelayanan maupun keamanan yang lebih sering ditingkatkan sampai saat ini. Grab memiliki program keselamatan yang menyeluruh, mulai dari operasi harian, pelatihan mitra pengemudi, hingga fitur teknologi untuk memastikan bahwa baik mitra pengemudi maupun penumpang Grab dapat terlindungi dengan baik sepanjang perjalanan mereka. Hal ini termasuk proses seleksi mitra pengemudi dan kendaraan, pelatihan wajib untuk mengemudi secara aman bagi mitra pengemudi GrabBike, perlindungan asuransi kecelakaan pribadi gratis untuk seluruh mitra pengemudi dan penumpang, serta fitur keamanan dalam aplikasi, seperti 'Share My Ride', fitur Help Centre untuk melaporkan setiap kejadian yang terkait dengan keselamatan, dan menunjukkan informasi profil mitra pengemudi (plat nomor, foto, dan nama) pada halaman utama dalam aplikasi.

3. Kebijakan perusahaan mampu mewujudkan *good corporate governance*.

Implementasi kebijakan publik perusahaan grab tidak terlepas dari salah satu kunci *New Public Governance* yaitu konsep *co-production*. Realitas dilapangan menunjukan bahwa hubungan antar-aktor dalam *governance* bukan saja sulit dibangun, tetapi juga antar aktor terkadang masih sering memanipulasi satu sama lain. Di sini, pelakunya bukan lagi pemerintah dan pihak swasta secara berdiri sendiri, namun juga melibatkan warga negara. Dalam teori tersebut sudah jelas bahwasanya implementasi kebijakan disini bukan hanya perusahaan grab yang terlibat didalamnya melainkan para Mitra dan penumpang dari kalangan masyarakat. Proses pembuatan kebijakan dimana kebijakan tersebut dilaksanakan yang melibatkan Negara (pemerintah), sektor private dan masyarakat Madani dalam proses pembuatan dan pelaksanaan kebijakan. Selain dari konsep *co-production* juga terdapat konsep akuntabilitas dan tahap evaluasi dimana, Akuntabilitas dalam konteks NPG dipahami sebagai suatu relasi, bagaimana membangun relasi, dan bukan sekedar bagaimana memberikan laporan pertanggungjawaban atau membuka akses informasi atau bahkan membuka akses kewenangan.

Pada dasarnya suatu kebijakan dibuat untuk di implementasikan, oleh karena itu kebijakan manajemen publik perusahaan grab harus di implementasikan demi terwujudnya tata kelola perusahaan. hal ini

sejalan dengan pendapat informan yang mengatakan bahwa “Grab pastinya punya banyak kebijakan dalam rangka mewujudkan tata kelola yang baik sehingga Grab mengeluarkan kebijakan-kebijakan untuk dipatuhi para driver. Grab menjunjung tinggi Kode Etik untuk semua pengemudi-mitra sehingga semua pengemudi akan memiliki pemahaman yang jelas tentang hukum standar kepatuhan, keselamatan, keamanan dan pelayanan yang diharapkan dari mereka”.

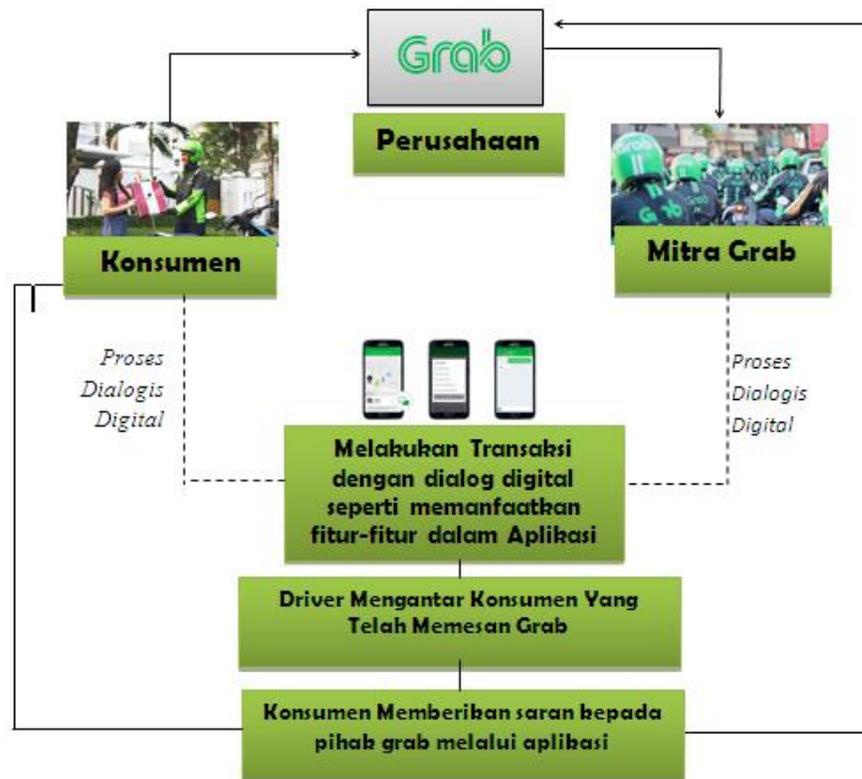
Dengan adanya transportasi online ini, beberapa informan 100% menanggapi dengan baik atau mendukung dengan adanya transportasi ini karena membantu dalam menjalankan aktivitas sehari-hari. Hal ini sejalan dengan pendapat yang dikemukakan oleh salah satu pengguna grab itu sendiri bahwa “*Dengan adanya transportasi online ini sangat memudahkan anak-anak saya untuk pergi kesekolah karena kita langsung memesan kemudian Grabcar atau Grabike yang kita pesan tidak perlu waktu yang lama untuk tiba dilokasi penjemputan*”. Implementasi dari kebijakan manajemen publik grab itu sendiri terdiri dari segi pelayanan dan keamanan. Perusahaan grab memberikan nama kepada driver adalah mitra dimana perusahaan grab yang menyediakan aplikasi, dalam aplikasi tersebut pembagian hasilnya sudah ditentukan dimana grab setiap trip mengambil 20% dari penghasilan per trip dan 80% untuk kami driver.

Dalam hal transparancy perusahaan grab kurang memberikan informasi yang jelas kepada para mitra dan penumpang terkait dengan transparansi pemotongan dompet kredit dalam aplikasi yang tiap minggunya dipotong sebesar Rp 25.000, namun sampai saat ini masih belum ada kejelasan terkait pemotongan tersebut dan kegunaannya.

4. Kebijakan manajemen publik mewujudkan *good corporate governance* dalam perspektif *Dialogis Digital*.

Tata Kelola Perusahaan pada dasarnya menyangkut masalah pengendalian perilaku para eksekutif puncak perusahaan untuk melindungi kepentingan pemilik perusahaan (pemegang saham) (Putri dan Suprasto, 2016). Maka dari itu, manusia menciptakan teknologi untuk mendorong/mendukung kegiatan yang dilakukan oleh individu maupun perusahaan sehingga lebih efektif dan efisien. Secara historis, penggunaan saluran komunikasi massa terutama internet dalam praktek hubungan masyarakat telah mencerminkan difusi teknologi baru. Dengan kebijakan manajemen publik yang baik maka dapat mewujudkan tata kelola perusahaan yang baik, dalam hal ini dialogis digital berkomunikasi secara teknologi sangat penting dalam membangun tata kelola perusahaan grab karena tanpa adanya dialogis digital maka perusahaan

akan mengalami keterbelakangan berhubung karena perkembangan teknologi saat ini sangat pesat. Berikut ini merupakan gambaran terkait Komunikasi dialogis digital itu pada perusahaan Grab.



Gambar 2 Komunikasi Dialogis Digital Perusahaan GRAB

Gambaran diatas merupakan komunikasi dialogis digital menjadi hal yang sangat penting dalam membantu mewujudkan tata kelola perusahaan yang baik. oleh karena itu, bentuk komunikasi dialogis digital pada perusahaan grab yaitu dengan memanfaatkan sarana teknologi dalam berkomunikasi. Dimana konsumen sebagai pengguna terhubung langsung kepada pihak perusahaan dan pihak perusahaan kembali menggunakan dialogis digital kepada para mitranya. Sebagaimana bahwa perusahaan grab berfungsi sebagai penyedia layanan, atau sebagai penghubung. Komunikasi dialogis disini dapat berupa pemanfaatan terhadap fitur-fitur yang ada dalam aplikasi itu sendiri. Setelah melakukan transaksi maka pihak konsumen dapat terhubung kembali kepada pihak driver maupun perusahaan untuk memberikan saran terkait dengan pelayanan yang diberikan. Dengan

menerapkan konsep dialogis digital maka dapat membantu meningkatkan tata kelola perusahaan dengan perspektif dialogis digital.

Jika ingin menemponoleh tata kelola yang baik maka Perusahaan Grab harus menerapkan prinsip-prinsip *Good Corporate Governance* (GCG). Secara umum terdapat lima prinsip dasar dari *good corporate governance* dan telah dikaitkan dengan *Dialogis Digital* yaitu:

1. *Transpareancy* (keterbukaan informasi) yaitu keterbukaan dalam melaksanakan proses pengambilan keputusan dan keterbukaan dalam mengemukakan informasi materiil dan relevan mengenai perusahaan. Dalam hal *transparancy* perusahaan grab kurang memberikan informasi yang jelas kepada para mitra dan penumpang terkait dengan transparansi pemotongan dompet kredit dalam aplikasi yang tiap minggunya dipotong sebesar Rp 25.000, namun sampai saat ini masih belum ada kejelasan terkait pemotongan tersebut dan kegunaannya. Didalam penyampaian pemotongan tersebut pihak grab mengkomunikasikannya lewat aplikasi atau dialogis digital, pemotongan yang dilakukan oleh pihak grab sendiri selalu melalu aplikasi grab, yang berarti bahwa setiap ada sesuatu pihak grab selalu mengkomunikasikannya lewat komunikasi digital yang tentunya lebih cepat dan efisien, yang tentunya akan memberikan kepada *picback* baik bagi perusahaan yang mengandalkan dialogis digital sebagai salah satu alat komunikasinya. Komunikasi merupakan hal utama yang dapat merubah arah suatu organisasi suatu perusahaan (Men dkk, 2018), hal ini sesuai dengan perusahaan grab yang megandalkan komunikasi atau *dialogis Digital* sebagai media utama dalam melakukan komuniskasi di antara para konsumen dan drivernya.
2. *Accountability* (akuntabilitas), yaitu kejelasan fungsi, struktur, sistem, dan pertanggungjawaban perusahaan sehingga pengelolaan perusahaan terlaksana secara efektif. Kejelasan fungsi terkait pemberian layanan sudah jelas dimana perusahaan grab bergerak dalam bidang memberikan pelayanan bukan menyediakan transportasi online. Perusahaan grab sediri memfasilitasi semua mitra usahanya melalui tekhnologi atau aplikasi yang telah di buat oleh perusahaan grab. Akan tetapi perusahaan grab saat ini belum memiliki struktur organisasi jelas serta pertanggungjawaban yang belum mendapatkan izin dari pemerintah indonesia.

3. *Responsibility* (pertanggungjawaban), yaitu kesesuaian (kepatuhan) di dalam pengelolaan perusahaan terhadap prinsip korporasi yang sehat serta peraturan perundangan yang berlaku. Pertanggungjawaban grab masih kurang terkait dengan keamanan dan keselamatan mitra dan konsumennya yang jika dikaitkan dengan dialogis digital pihak grab mengontrol para mitra dan keselamatan konsumennya itu lewat satu aplikasi yang telah dibuat oleh perusahaan grab dimana perusahaan grab lebih mengutamakan keselamatan dan keamanan konsumennya dibandingkan dengan drivernya.
4. *Independency* (kemandirian), yaitu suatu keadaan dimana perusahaan dikelola secara profesional tanpa benturan kepentingan dan pengaruh/tekanan dari pihak manajemen yang tidak sesuai dengan peraturan dan perundangan-undangan yang berlaku dan prinsip-prinsip korporasi yang sehat. Perusahaan grab tidak bisa terlepas dengankerja sama dengan beberapa mitra, artinya disini pihak grab tidak dapat berdiri sendiri, sehingga untuk meyatukan kedua belah pihak tersebut, pihak perusahaan telah menyediakan alat komunikasi atau dialaogis digital untuk mempermudah antara pihak grab dan mitra dalam melaukan pekerjaannya. Hal ini didukung oleh penelitian Lustig dan Koester (2009) yang mengungkapkan bahwa untuk mencapai suatu tujuan perlu adanya komunikasi yang baik antara pihak grab dengan konsumen guna menciptakan kemampuan untuk melakukan komunikasi yang tepat untuk mencapai tujuan dari perusahaan Grab yang bergerak di bidang transportasi online tertentu ketika berinteraksi dengan orang lain yang berbeda budaya.
5. *Fairness* (kesetaraan dan kewajaran), yaitu perlakuan yang adil dan setara di dalam memenuhi hakhak stakeholder yang timbul berdasarkan perjanjian serta peraturan perundangan yang berlaku. Pihak grab disini hanya mementingkan kepuasan konsumen dan memberi kepuasan penuh terhadap konsumen dan mengabaikan pihak yang mengajak meraka untuk bermitra. Dalam memberikan pelayan pihak grab memberikan pelayan yang sangat baik bagi semua konsumennya, karena apabila terjadi sesuatu hal yang tidak diinginkan pihak konsumen dapat memberikan komplain kepada driver melalu aplikasi grab yang ada atau dalam hal ini melalu dialogis digital. sehingga pihak konsumen tidak perlu lagi datang ke kantor perusahaan grab untuk megadukan hal tesebut.

Untuk lebih menjelaskan pendekatan dialogis untuk public relations, dibahas lima fitur dialog yaitu mutualitas (mengakui hubungan organisasi-publik dan keterkaitan), kedekatan (interaksi spontan), empati (menjadi asli dan mendukung publik kebutuhan dan kepentingan), risiko (bersedia untuk berinteraksi dengan publik dan menggabungkan sikap mereka), dan komitmen (memberikan organisasi ke dialog). Fitur kunci seperti dapat dimasukkan ke dalam praktek *public relations* di interpersonal, dimediasi, dan tingkat organisasi (Men et all., 2018). Secara singkat, dialog terutama berkaitan dengan sikap yang dimiliki oleh masing-masing pihak dalam berinteraksi.

Secara singkat, dialog terutama berkaitan dengan sikap yang dimiliki oleh masing-masing pihak dalam interaksi. Teori dialog dalam komunikasi interpersonal, dimasukkan teori kehadiran sosial untuk konsep dimensi sosial dari komunikasi dialogis di media sosial. Dengan, kerangka kerja strategis berbasis teori, memberikan pedoman berharga yang menggabungkan kedua dimensi fungsional dan sosial komunikasi dialogis digital untuk membantu para pemimpin organisasi secara efektif. Oleh karena itu dengan adanya dialogis digital membantu dalam meningkatkan tata kelola perusahaan terutama dalam hal transparansi .

E. PENUTUP

1. Kesimpulan

- a. Terkait dengan implementasi kebijakan perusahaan Grab, masih ada beberapa kebijakan yang harus diperbaiki terutama dalam hal pengendalian implementasi kebijakannya, dan masih perlu menambah kebijakan terkait dengan kesetaraan dan keadilan pihak Grab sendiri terhadap mitranya.
- b. Terkait dengan transparansi, pihak perusahaan Grab seharusnya lebih meningkatkan transparansi kepada pihak mitra sehingga dapat menjadi tolak ukur kualitas dan tingkat kepercayaan terhadap perusahaan.
- c. Pengendalian internal yang dilakukan belum terstruktur atau sistematis.

2. Implikasi Penelitian

Berdasarkan analisis dan pembahasan yang telah dilakukan, adapun implikasi penelitian yang diajukan peneliti diantaranya adalah sebagai berikut:

- a. Dialogi digital dalam hal ini tanpa disadari telah dilakukan oleh para mitra dan konsumen dalam aktivitasnya.

- b. Dengan meningkatkan dialogis digital maka perusahaan mampu menunjang dalam mewujudkan tata kelola perusahaan yang baik.
- c. beberapa kebijakan yang dipatuhi oleh para mitra dapat membantu perusahaan dalam mewujudkan good corporate governance dalam perspektif dialogis digital.

3. Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan yang telah diuraikan sebelumnya, maka peneliti dalam hal ini memberikan saran dan masukan kepada para pihak Grab bahwa sebaiknya kebijakan manajemen publik lebih diutamakan terkait dengan implementasinya dan dari segi pelayanan terhadap mitra sendiri harus setara dan adil terhadap konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Abriyani., D. R., S. K. Wiryono, and E. Sumirat. 2012 . The Effect Of Good Corporate Governance And Financial Performance On The Corporate Social Responsibility Disclosure Of Telecommunication Company In Indonesia. *The Indonesian Journal Of Business Administration*, vol 1(5): 296-300.
- Ajzen, I. 2001. Perceived Behavioral Control, Self-efficacy, Locus of Control, and The Theory of Planned Behavior. *Journal of Applied Social Psychology*, 32(4): 665-683.
- Anastasi, S and I. Budi. 2016. Twitter Sentiment Analysis of Online Transportation Service Providers. *ICACISIS*, 4(16): 1-6.
- Anggraeni, R., S. Zauhar dan Siswidiyanto. 2010. Evaluasi Kebijakan Publik (Evaluasi Terhadap Proses Pengadaan Anjungan Mandiri Kepegawaian Berdasarkan Perpres No. 54 Tahun 2010 di Badan Kepegawaian Daerah Kota Malang). *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*, 1(1): 109-127).
- Anshori, Y. T., Enceng dan A. Karyana. 2012. Kebijakan Publik Yang Partisipatif dan Komunikatif. *Jurnal Kebijakan Publik*, 3(2): 59-141
- Bolang, J., S. Pangemanan and M. Pandowo. 2018. Comparative Analysis Of Extrinsic And Instrinsic Motivation Between Gojek Driver And Grab Driver In Manado. *Jurnal EMBA*, (6)4: 2766-2777.
- Chan, A., M. Maharani dan P.W. Tresna. 2017. Perbandingan Pengalaman Pengguna Pada Aplikasi Mobile Go-Jek Dan Grab (Studi Pada Konsumen Pt Go-Jek Dan Pt Grab Indonesia Di Dki Jakarta). *Jurnal AdBispreneur*, (2)2: 163-173.

- Ciszek, E and N. Logan. 2018. Challenging the dialogic promise: how Ben & Jerry's support for Black Lives Matter fosters dissensus on social media. *Journal of Public Relations Research*, (30)3: 115-127.
- Creswell, J. W. 2014. *Research Design Pendekatan metode kualitatif, kuantitatif, dan campuran*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Damaini, A. A., G. S. Nugroho and Suyoto. 2018. Fraud Crime Mitigation of Mobile Application Users for Online Transportation. *Ijim*. (12)3:153-167.
- Ehikioya., B. I. 2009. Corporate governance structure and firm performance in developing economies: evidence from Nigeria. *Emerald Group Publishing Limited*, VOL. 9(3): 231-243, ISSN 1472-0701
- Halimatusadiah, E., D. Sofianty dan H. N. Ermaya. 2015. Effects Of The Implementation Of Good Corporate Governance Pengaruh Pelaksanaan Good Corporate Governance On Profitability Tentang Profitabilitas. *European Journal of Business and Innovation Research*, Vol.3(4), ISSN 2053-4019
- Jogiyanto. 2007. *Sistem Informasi Keperilakuan*. Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Kurniasih, N. 2016. Libraries Rebranding And Repositioning: What Can Indonesian Librarians Learn From The Popularity Of Online Motorcycle Taxi (Ojek)?. *Bussiness Communications, Media Industry & Organizational Communications*,(12)3: 481-488.
- Lin, M and C. W. Dula. 2016. Grab Taxi: Navigating new frontiers. Institutional Knowledge at Singapore Management University, (3): 40-45.
- Moleong, L. J. 2017. *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: Rosdakarya.
- Muda., I. W. Maulana, H. S. Siregar, dan N. Indra. 2018. The Analysis of Effects of Good Corporate Governance on Earnings Management in Indonesia with Panel Data Approach. *Iran Econ*. Vol. 22(2); 599-625.
- Mudashiru. A, I. , A. Bakare, Y. Babatunde., dan O. Ishmael. 2014. Good Corporate Governance and Organisational Performance: An Empirical Analysis. *International Journal of Humanities and Social Science* Vol. 4, No. 7(1).
- Murhadi, W. R., F. Tanugara dan B. S. Sutejo. 2018. The influence of good corporate governance on financial distress. *International Symposium on Management*, vol 186.
- Nurhidayah, F and F. Alkarim. 2017. Domination Of Transportation Network Companies (Tncs) In Indonesia: An Indonesian Case .

- International Journal Of Business, Economics And Law*, (12)3: 11-20.
- Osborne, S. 2007. 'The New Public Governance?' *Public Management Review* 8 (3): 377-88.
- Osborne., S. P. 2006. Editorial;The New Public Governance? *Public Managementreview*, Issn1471-9037,Vol.8(3).
- Putra, R. H. 2017. Pengaruh Tata Kelola Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*. Vol. 6; 8
- Sanchia, M. I., dan T. S., Zen. 2015. Impact Of Good Corporate Governance In Corporate Performance. *International Journal of Management and Applied Science*, ISSN: 2394-7926 Vol.1;9.
- Santoso. Urip and Y. J. Pambelum .2008. Effect of Application of Accounting Against Public Sector Accountability of Government Performance in Preventing Fraud. *Journal of Business Administration* Vol. 4 No. 1 thing. 14-33.
- Septiani, R., P. W. Handayani and F. Azzahro. 2017. Factors that Affecting Behavioral Intention in Online Transportation Service: Case study of GO-JEK. *Procedia Computer Science*, 124: 504-512.
- Sommerfeldt, E. J and A. Yang. 2018. Notes on a dialogue: twenty years of digital dialogic communication research in public relations. *Journal of Public Relations Research*, (30)3: 59-64.
- Sommerfeldt, E. J and A. Yang. 2018. Notes on a dialogue: twenty years of digital dialogic communication research in public relations. *Journal of Public Relations Research*, 30(3): 59-64.
- Sujarweni, V. W. 2014. *Metode Penelitian lengkap, praktis, dan mudah dipahami*. Yogyakarta: Pustakabaru Press
- Uysal, N. 2018. On the relationship between dialogic communication and corporate social performance: advancing dialogic theory and research. *Journal of Public Relations Research*, (30)3: 100-114.
- Veno, A. 2015. Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Kinerja Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Go Public. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*. Vol 19;1.
- Wati, L. M. 2012. Pengaruh Praktek Good Corporate Governance Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Manajemen*, vol 1:1.
- Wulansari, N., wahyu, dan Y. Kurniawan. 2017. Akselerasi Pertumbuhan Ekonomi Melalui Sinergi Umkm Dan Good Governance Di Indonesia. *Prosiding Seminar Nasional*, ISBN:978-602-5617-01-0

- Yapiter, M. P. 2013. Penerapan Prinsip-Prinsip *Good Corporate Governance* pada Program *Corporate Social Responsibility*. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*, Vol 2;2.
- Zulpahmi, Sumardi, dan M. Akmal. 2018. The Role Of Shareholders And Good Corporate Governance In Sharia Banks. *Journal of Islamic Economics and Business* Vol 3; 1, Page : 43 – 52.