

Ojek Konvensional Dalam Persaingan dengan Ojek Online (Studi Deskriptif di Pangkalan Ojek Un Pasar Malam, Kota Tual)

Nesy Julimina Putnarubun^{1*}, Max Lumawesamel Putnarubun¹, Damianus Fofied¹

¹Program Studi Ilmu Komunikasi, Sekolah Tinggi Ilmu-Ilmu Sosial (STIS) Tual, Indonesia

*Corresponding author : nesyjuliminaputnarubun@gmail.com

Article History:

Received : 03-04-2025

Accepted : 09-04-2025

Keywords: Ojek Konvensional;
Ojek Online; Persaingan

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak persaingan dengan ojek online terhadap pendapatan ojek konvensional. Menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif, studi ini memberikan gambaran umum mengenai dinamika variabel penelitian, termasuk perbandingan tren pendapatan antara kedua jenis ojek, yang divisualisasikan dalam bentuk tabel dan grafik. Populasi penelitian mencakup pengemudi ojek konvensional di Pangkalan Ojek Un Pasar Malam, Kota Tual, Kelurahan Ketsoblak, Kecamatan Pulau Dullah Selatan, serta pengemudi ojek online. Teknik pengambilan sampel dilakukan secara purposive sampling, dengan melibatkan 2 informan kunci dan 10 informan tambahan. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa pendapatan ojek konvensional di Un Pasar Malam Tual mengalami penurunan signifikan akibat ketatnya persaingan dengan ojek online. Kondisi ini diperparah oleh menurunnya jumlah penumpang yang berdampak pada sepihnya aktivitas di pangkalan ojek konvensional.

PENDAHULUAN

Indonesia adalah Negara yang berkembang, dengan mengikuti perkembangan zaman tidak kalah saing dari hal yang sangat penting pada saat ini, manusia dalam pergerakannya membutuhkan alat bantu dinamakan transportasi. Transportasi digunakan untuk membantu manusia dalam menjalankan kehidupan sehari-hari dari lokasi satu ke lokasi yang lain seperti ke sekolah, ke kampus, ke kantor atau kemana saja. Beberapa orang menjadikan transportasi sebagai alat untuk menghasilkan pemasukan. pangkalan ojek.

Di zaman yang moderen ini, teknologi diciptakan untuk membantu meringankan pekerjaan manusia. Dengan munculnya ojek online menjadi suatu solusi yang diinginkan masyarakat saat ini karena penumpang tidak perlu mendatangi pangkalan ojek dan hanya perlu menunggu ojek online menghampiri lokasi tempat dimana mereka berada. Selain itu, aplikasi ojek online memungkinkan penumpang berinteraksi dengan pengendara ojek online. Hal tersebut mempermudah calon penumpang untuk memberitahukan lokasi mereka kepada pengendara ojek online. Dengan itu, masyarakat mulai banyak beralih menggunakan ojek online.

Ojek online juga tidak hanya menerima jasa ojek manusia sebagai objeknya, tetapi ojek online juga menawarkan jasa pengantaran barang, seperti pemesanan makanan untuk Transportasi yang dimaksud adalah kendaraan beroda dua atau biasa disebut ojek yang sangat efektif dalam mempermudah manusia. Pentingnya transportasi dalam proses jalannya suatu perekonomian di Indonesia, maka harus dikoordinir dalam suatu system transportasi nasional

agar mampu mewujudkan ketersediaan jasa transportasi yang sesuai dengan tingkat kebutuhan masyarakat serta pelayanan angkutan yang tertib, nyaman, lancar, cepat dan biaya murah.

Ojek memiliki kelebihan seperti menghindari kemacetan, menghemat waktu, dan dapat menjangkau lokasi-lokasi yang tidak dapat dilalui kendaraan roda empat. Karena kelebihannya tersebut membuat ojek disukai dan dibutuhkan oleh masyarakat. Seiring waktu berjalan model bisnis ojek konvensional ini tidak relevan lagi dengan perkembangan teknologi yang begitu cepat. Disamping kelebihan ojek konvensional sebagai alternatif transportasi, ia memiliki kelemahan yang tidak disukai oleh masyarakat yaitu dimana penumpang harus mendatangi diantar maupun hanya untuk mengambil barang yang tertinggal dan kemudian diantarkan sampai kepada pengguna jasa. Kemudahan-kemudahan yang di tawarkan ojek online tersebut membuat para pengguna ojek online meningkat setiap harinya.

Awal mula ojek online hanya terdapat di kota-kota besar seperti Jakarta, Bandung, Surabaya, dan lain-lain. Namun saat ini keberadaan ojek online mulai tersebar hampir diseluruh Indonesia termasuk di Kota Tual dalam pesatnya perkembangan ojek online, masih banyak anggota ojek konvensional yang bertahan, seperti anggota ojek dipangkalan un pasar malam. Sejak ojek online muncul hingga saat ini jumlahnya semakin banyak dan tukang ojek konvensional dipangkalan ojek un pasar malam belum ada yang berminat untuk beralih ke tukang ojek online. Adanya ojek online memberikan dampak perubahan pendapatan bagi para tukang ojek konvensional khususnya di pangkalan ojek un pasar malam kota tual.

Keberadaan ojek online di Kota Tual semakin meresahkan para tukang ojek konvensional karena menghalang mata pencaharian dan sumber pendapatan mereka disetiap hari sehingga keberlangsungan hidup mereka dapat terancam. Awalnya Masyarakat Kota Tual sebelum mereka mengetahui adanya ojek online mereka cenderung menggunakan ojek konvensional namun seiring waktu berjalan dengan perkembangan teknologi *Smartphone* ojek online hadir untuk mempermudah Masyarakat kota tual dalam memenuhi kebutuhan mereka sehari-hari. Dan kemudian mereka memilih Beralih dari pengguna ojek konvensional ke ojek online yang tentu membuat beberapa tukang ojek konvensional dipangkalan un pasar malam mengeluh karena kurangnya penumpang ojek konvensional.

Munculnya ojek online di kota tual memberikan pelayanan kepada Masyarakat agar lebih terkoordinir dan lebih profesional karena pengemudi ojek online direkrut dengan berbagai uji kompetensi yang harus dimiliki oleh seorang driver ojek baik dari segi pemahaman tentang peraturan lalulintas, ketentuan mengemudi kendaraan dengan baik, maupun etika dalam memberikan pelayanan yang sopan, tertib dan nyaman bagi penyewanya serta mempunyai peraturan khusus oleh perusahaan ojek online atau yang harus dipatuhi dan ditaati oleh pengemudi ojek online.

Menurut Amiruddin (2019) ojek online merupakan angkutan umum yang sama dengan ojek pada umumnya, yang menggunakan sepeda motor sebagai sarana pengangkutan namun ojek online dapat dikatakan lebih maju karena telah terintegrasi dengan kemajuan teknologi. Arti kata online adalah berasal dari kata on dan line, on artinya hidup, dan line artinya saluran. Jadi online merupakan keadaan computer yang terhubung ke jaringan internet. Atau arti dari online adalah sebuah istilah yang digunakan untuk menyebutkan ketika kita sedang terhubung dengan jaringan internet.

Menurut Dedik Kurniawan, online merupakan suatu kegiatan yang menggunakan fasilitas jaringan internet untuk melakukan berbagai kegiatan yang bisa dilakukan secara online

seperti halnya untuk searching, mencari berita, stalking, bisnis, daftar kuliah. Sedangkan menurut yudi wicaksono, online bisa dapat menjadi media untuk berbisnis yang menjadikan pemahaman online sebagai suatu kegiatan jual beli dalam sambungan internet dan fitur belanja online yang telah tersedia.

Pangkalan Un Pasar Malam merupakan tempat mangkal para tukang ojek untuk mencari pelanggan, para tukang ojek di pangkalan un pasar malam agar mendapatkan pelanggan maka mereka bersepakat untuk dibagi giliran untuk mendapatkan pelanggan. Untuk itu peneliti mengambil judul '*Ojek Konvensional Dalam Persaingan Dengan Ojek Online (Studi Deskriptif Di Pangkalan Ojek Un Pasar Malam, Kota Tual)*'.

METODE PENELITIAN

Penelitian deskriptif merupakan salah satu metode yang dapat dipilih saat melakukan penelitian. Metode penelitian deskriptif digunakan untuk memecahkan atau menjawab permasalahan yang sedang dihadapi dengan mengumpulkan data, klasifikasi, analisis, kesimpulan, dan laporan. Metode ini dilakukan dengan mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul.

Menurut Hidayat penelitian deskriptif adalah sebuah penelitian yang dilakukan secara lebih luas dalam penggunaan dan pengambilan data-datanya. Menurut Etna Widodo Muchtar penelitian deskriptif merupakan suatu metode riset yang dipakai guna memperjelas suatu kondisi gejala sosial melalui berbagai macam variabel penelitian. Selain itu, Etna Widodo Muchtar juga menambahkan, dalam suatu penelitian yang dilakukan dengan cara deskriptif, maka pihak peneliti tidak perlu untuk menyusun hipotesis terlebih dahulu. Menurut Sugiyono penelitian deskriptif merupakan suatu penelitian yang menggunakan metode untuk menggambarkan atau menjelaskan suatu hasil yang telah diraih dari suatu penelitian.

PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan di dua lokasi utama, yaitu Pangkalan Ojek Un Pasar Malam di Kota Tual, Kecamatan Dullah Selatan, dan Hotel Syafira di Kabupaten Maluku Tenggara. Pangkalan Un Pasar Malam terletak pada koordinat 10°57' Lintang Utara - 30°00' Lintang Selatan dan 127°17' - 129°08' Bujur Timur, dengan luas wilayah sekitar 100-250 meter persegi, di mana sebagian besar area digunakan sebagai pangkalan ojek konvensional. Sementara itu, Hotel Syafira berlokasi pada 5°68' Lintang Utara - 8°00' Lintang Selatan dan 248°13' - 150°08' Bujur Timur, menempati lahan seluas 400-500 meter persegi.

Penelitian melibatkan 12 informan yang terdiri dari pengemudi ojek konvensional, pengemudi ojek online, serta admin dan ketua pangkalan. Berdasarkan usia, responden terbagi menjadi 4 orang berusia 18-21 tahun, 6 orang berusia 22-35 tahun, dan 2 orang berusia di atas 36 tahun. Temuan penelitian menunjukkan bahwa mayoritas pengemudi ojek konvensional bekerja lebih dari 10 jam per hari, dengan beberapa bahkan mencapai 12-23 jam. Hal ini mengindikasikan tingginya ketergantungan mereka pada pekerjaan ini sebagai sumber penghidupan utama.

Ojek konvensional, atau yang dikenal sebagai ojek pangkalan, merupakan layanan transportasi berbasis tradisional di mana pengemudi menunggu penumpang di lokasi tertentu (pangkalan) tanpa menggunakan sistem pemesanan digital. Di Kota Tual, khususnya di Pangkalan Ojek Un Pasar Malam, layanan ini telah lama menjadi tulang punggung transportasi

masyarakat sebelum hadirnya ojek online. Sebaliknya, ojek online adalah layanan transportasi berbasis aplikasi yang memanfaatkan teknologi untuk menghubungkan pengemudi dan penumpang secara efisien. Penelitian ini mengkaji persaingan antara kedua model bisnis tersebut, dengan fokus pada dampak kehadiran ojek online terhadap ojek konvensional serta strategi yang diterapkan oleh kedua belah pihak untuk mempertahankan eksistensinya.

Perubahan signifikan terjadi setelah kehadiran ojek online di Kota Tual dan Kabupaten Maluku Tenggara. Sebelumnya, pengemudi ojek konvensional mengaku memperoleh penghasilan yang cukup, bahkan mencapai lebih dari Rp100.000 per hari. Namun, setelah kemunculan ojek online, pendapatan mereka menurun drastis akibat berkurangnya penumpang. Beberapa informan mengungkapkan bahwa penumpang kini lebih memilih ojek online karena kemudahan akses dan pelayanan yang terstruktur. Fenomena ini menimbulkan keresahan di kalangan pengemudi ojek konvensional, di mana beberapa di antaranya bahkan memilih beralih menjadi pengemudi ojek online untuk bertahan hidup.

Dalam mengelola pangkalan ojek, ketua pangkalan menerapkan sistem giliran untuk menghindari konflik antaranggota. Aturan ini disepakati bersama dan dipatuhi guna menjaga keteraturan operasional. Di sisi lain, pengemudi ojek online yang telah bergabung sejak awal kehadiran layanan ini mengaku lebih terjamin pendapatannya. Beberapa bahkan telah bekerja selama bertahun-tahun, sementara yang lain baru beralih belakangan karena tekanan ekonomi.

Strategi pemasaran ojek online berfokus pada adaptasi terhadap perkembangan teknologi dan tren pasar. Perusahaan memanfaatkan aplikasi berbasis digital untuk memudahkan transaksi serta menjalin kemitraan dengan berbagai pihak guna memperluas jangkauan layanan. Selain itu, komunikasi yang terjaga antara admin dan pengemudi melalui briefing rutin memastikan keluhan dan masukan dapat ditindaklanjuti dengan baik. Keunggulan lain dari ojek online adalah sistem rekrutmen yang ketat, di mana pengemudi harus memenuhi standar kompetensi, termasuk pemahaman lalu lintas dan etika pelayanan, sehingga meningkatkan kepercayaan pelanggan.

Dari perspektif komunikasi pemasaran, kehadiran ojek online mengimplementasikan Integrated Marketing Communication (IMC) dengan efektif. Pendekatan ini tidak hanya mempromosikan layanan tetapi juga membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen melalui pelayanan terpadu. Berbeda dengan ojek konvensional yang mengandalkan sistem tradisional, ojek online mampu memberikan pengalaman lebih terstruktur dan transparan bagi pengguna. Hal ini sejalan dengan teori Belch (2006) yang menekankan pentingnya konsistensi pesan dan koordinasi saluran komunikasi dalam membangun citra merek.

Harapan ke depan, perusahaan ojek online berencana memperluas jangkauan layanan hingga mencakup seluruh wilayah Maluku Tenggara, mengingat 87% daerah tersebut telah tercover jaringan internet. Ekspansi ini diharapkan dapat memberikan kemudahan akses bagi masyarakat sekaligus meningkatkan daya saing bisnis. Sementara itu, pengemudi ojek konvensional berupaya meningkatkan kualitas pelayanan, termasuk kemungkinan integrasi dengan sistem online, agar tetap relevan di tengah persaingan.

Secara keseluruhan, penelitian ini mengungkap dampak signifikan kehadiran ojek online terhadap keberlangsungan ojek konvensional. Meskipun menawarkan efisiensi dan kemudahan, perkembangan ini juga menuntut adaptasi dari seluruh pemangku kepentingan, baik pengemudi, pengelola pangkalan, maupun regulator, untuk menciptakan ekosistem transportasi yang berkeadilan dan berkelanjutan.

KESIMPULAN

Berdasarkan pemaparan penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa keberadaan ojek online memiliki dampak terhadap ojek konvensional (pangkalan). Setelah keberadaan ojek online dalam memenuhi kebutuhan mereka sehari-hari, pengendara ojek konvensional tidak selalu bisa memenuhi kebutuhan sehari-hari mereka karena pendapatan yang mereka dapatkan saat ini hanya terukur secara pas atau bahkan kurang. Jika pendapatan yang didapat pas, maka mereka dapat memenuhi kebutuhannya. Akan tetapi jika didapatkan kurang maka mereka harus lebih memikirkan jalan keluar agar mereka dapat memenuhi kebutuhan mereka sehari-hari. Marketing merupakan bagian penting bagi sebuah bisnis agar dikenal, diterima, dan akhirnya digunakan di masyarakat. Strategi pemasaran yang dilakukan ojek online adalah selalu mengikuti trend, memiliki kerja sama dengan banyak partner, mempromosikan produk-produk yang baru. Selain antar jemput penumpang, ojek online juga melayani jasa pengantaran barang. Layanan ini seakan menjadi solusi bagi masyarakat yang sibuk dan tak ingin repot. Selain itu juga alasan utama konsumen menggunakan jasa ojek online lantaran harganya yang terbilang murah. Bahkan konsumen hanya dikenakan biaya Rp.2.250 per kilometer sampai Rp.3.500 per kilometer.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Amiruddin. (2019). *Pengaruh etos kerja, disiplin dan motivasi terhadap kinerja pegawai pada Dinas perindustrian dan perdagangan kabupaten biak numfor*. Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media.
- [2] Armstrong, G., & Kotler, P. (2004). *Marketing: An Introduction 7th edition*. Pearson International.
- [3] Diwati, F., dan Santoso, T. I. (2015). Pengaruh Strategi Integrated Marketing Communication (IMC) Terhadap Keputusan Membeli Komsumen Pada Bisnis Tour & Travel Diwilayah Daerah Istimewah Yokyakarta. *Jurnal EBANK*, 6(2), 33-54.
- [4] Kotler, P, & Keller, K. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Jilid 1, Erlangga.
- [5] Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Marketing management (13th ed)*. In prentice hall
- [6] Peter, J. P, & Oloson, J. C. (2008). *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- [7] Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- [8] Sugiyono. (2020). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Lembaga Penerbit Alfabeta.