

STRATEGI PERGESERAN DOMINASI OJEK ONLINE LOKAL TERHADAP OJEK ONLINE NASIONAL

Farhan Setiawan¹⁾ Saifuddin²⁾ Abidin Nurdin³⁾*

^{1,2,3}Program Studi Magister Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Malikussaleh

Corresponding Author: abidinnurdin@unimal.ac.id

ABSTRACT

Local online motorcycle taxis are transportation that compete with national online motorcycle taxis such as Grab and Gojek. Local online motorbike taxis are able to dominate the Banda Aceh area by carrying out various strategies so that they can become the number one local online motorcycle taxi in Aceh Province in particular. This research examines the strategy of shifting the dominance of local online motorcycle taxis to national online motorcycle taxis. With a focus on the causes of the domination of local online motorcycle taxis to national online motorcycle taxis and the forms of service provided by local online motorcycle taxi drivers to national online motorcycle taxi drivers. This study uses Michael Faucalt's Power Relations Theory. The results of this study indicate that the domination of local online motorcycle taxis over national online motorcycle taxis is the strategy of distributing brochures, cooperation with MSMEs, Social Media and print media and utilizing community relations in order to become an advanced local online motorcycle taxi. While the form of service provided is safety and comfort as well as lots of discounts given by local online motorcycle taxis.

Keywords ; Strategy, Domination, Local Online Motorcycles and National Online Motorcycles.

ABSTRAK

Ojek online lokal merupakan transportasi yang bersaing dengan ojek online nasional seperti Grab dan Gojek. Ojek online lokal mampu menguasai wilayah Banda Aceh dengan melakukan berbagai strategi agar bisa menjadi ojek online lokal nomor satu di Provinsi Aceh khususnya. Penelitian ini mengkaji strategi pergeseran dominasi ojek online lokal terhadap ojek online Nasional. Dengan fokus penyebab terjadinya dominasi ojek online lokal terhadap ojek online Nasional dan bentuk pelayanan yang di berikan ojek online lokal terhadap ojek online Nasional. Penelitian ini menggunakan Teori Relasi kuasa Michael Faucalt. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terjadinya dominasi ojek online lokal terhadap ojek online Nasional adalah adanya strategi penyebaran brosur, kerja sama UMKM, Media Sosual dan media cetak serta memanfaatkan relasi komunitas guna bisa menjadi ojek online lokal yang maju. Sedangkan bentuk pelayanan yang diberikan adalah keamanan dan kenyamanan serta banyak diskon yag diberikan ojek online lokal

Keywords ; Strategi, Dominasi, Ojek Online Lokal Dan Ojek Online Nasional.

PENDAHULUAN

Berkembangnya sebuah teknologi dan komunikasi tidak dapat jauhkan dari masyarakat. Masyarakat harus menyesuaikan diri beradaptasi dengan kemajuan teknologi. Di Indonesia sendiri pemanfaatan teknologi telah memberikan manfaat tersendiri khususnya pada sektor jasa transportasi. Masyarakat di zaman sekarang memerlukan transportasi yang cepat, aman, nyaman dan mudah ditemukan. Transportasi berbasis online kini dinilai murah dan praktis dan sangat diminasi hampir diseluruh wilayah Indonesia.

Meningkatnya jumlah konsumen membuat jumlah para pengemudi juga ikut bertambah, membuat keterbiasaan dan menjadi kebutuhan tersendiri bagi konsumen membuat layanan transportasi berbasis online terus meningkat dari secara cepat. Transportasi roda dua dan juga biasa disebut ojek online menjadi transportasi terpopuler diantara transportasi umum lainnya. Ojek online adalah sarana transportasi yang diperlukan karena dapat diakses oleh semua orang. Anda tidak perlu menggunakan kami untuk menunggu becak atau mencari pangkalan untuk becak dan hanya memerlukan waktu untuk duduk dan menunggu ojek datang untuk menghampiri lokasi tempat mereka berada. Selain itu ojek pengemudi online memungkinkan calon penumpang berinteraksi dengan pengemudi ojek online. Hal ini memudahkan calon penumpang untuk berbagi tujuan dengan layanan ojek online ini. Ojek online tidak hanya mengantarkan calon penumpang, tetapi juga menawarkan beberapa layanan yang tersedia untuk penumpang. Mulai dari pengiriman barang hingga transportasi orang. Pemesanan bahan belanja dan makanan.

Di Kota Banda Aceh, ojek online lokal mampu beradaptasi dan berkembang dengan cepat serta membuat persaingan dengan ojek online Nasional. Para pekerja menggunakan nama-nama yang mereka ciptakan sendiri seperti Hoka Jek, Juang jek, Umma dan lainnya. Dalam setahun terakhir ojek online lokal mampu bersaing dengan ojek-ojek Nasional dalam menarik minat pelanggan dan berbagai fitur-fitur yang memudahkan membuat masyarakat lebih memilih beralih menggunakan ojek online lokal yang sangat gampang dalam pemesanan dan lebih cepat pesanan sampai dilokasi. Ojek online lokal ini tidak membatasi jarak dalam menawarkan jasa, semakin jauh targetnya semakin besar biaya yang harus dikeluarkan.

Dengan beberapa jenis ojek online lokal maupun nasional membuat begitu banyak tantangan dan ide-ide yang akan terus dilakukan guna untuk menarik daya minat konsumen terhadap tawaran-tawaran yang menarik dari berbagai perusahaan atau komunitas ojek online lokal maupun nasional. Jelas ini membutuhkan tata kelola dan konsistensi ojek yang jelas agar ojek lokal bisa terus bersaing dan bisa mendominasi di wilayah kota banda aceh.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengetahuan sebagai bentuk kekuasaan yang menjadikan pengetahuan sebagai suatu bentuk otoritatif pada suatu masa tertentu. Secara implisit, Foucault sebenarnya ingin mengatakan bahwa

rezim wacara ini merupakan bentuk dari kekuasaan. Wacana sebagai praktik yang mengorganisasikan dan terorganisasikan, yang mengubah konstelasi sosial dan yang kontekstualisasi sebagai sebuah pengetahuan.

Michael Faulcalt Berpendapat ojek online lokal membangun relasi-relasi antar konsumen sehingga ketertarikan konsumen menjadi kekuasaan tersendiri bagi Konsumen dalam memilih melalui pengetahuan yang didapatkan. Artinya, Konsumen memilih sesuai dengan pengetahuan yang dia punya dan membuat kekuasaan dalam menentukan. Di sisi lain ojek online lokal ini mampu menjadi daya tarik tersendiri karena berbagai tawaran serta banyaknya promo yang ditawarkan pada konsumen sehingga terbangun relasi antara konsumen dan ojek online lokal. Kekuasaan itu muncul karena adanya relasi yang dibangun.

Kekuasaan yang yang dimaksud faulcalt bukan berbicara masalah kekuatan, artinya ada pengetahuan yang didapat melalui relasi-relasi kelompok. relasi ini membentuk pengetahuan lalu pengetahuan ini akan menentukan pilihan-pilihan. Dalam konteks ojek sendiri bagaimana ojek lokal ini dapat mendominasi melalui relasi-relasi yang dibangun baik individu atau kelompok yang nantinya akan muncul kekuasaan pada konsumen setelah mampu menguasai relasi-relasi yang telah dipertahankan. Relasi yang dimaksud disini merupakan relasi ruang lingkup pertemanan dan kedekatan emosional yang sudah dibangun sejak dulu. Kekuasaan yang didasari oleh relasi akan bertahan lama apabila ojek online Lokal ini mampu menambah dan mempertahankan kekuasaan atas dasar pengetahuan yang ada didalam relasi salah satunya pengetahuan dalam menentukan suatu tindakan seseorang dalam pilihan yang mana lebih spesifik dan lebih baik. Peneliti juga ingin meihat pengetahuan dan relasi seperti apa yang dibangun dalam proses peralihan dominasi ini.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan hasil penelitian dengan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis deskriptif. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Sedangkan teknik analisis data menggunakan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan (Emzir, 2010).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Relasi Pertemanan dan Komunitas

Dari sini peneliti bisa melihat bagaimana besarnya pengaruh adanya relasi pertemanan dan komunitas yang mungkin sudah jauh jauh hari dibangun. Ini merupakan langkah yang bagus dengan memanfaatkan jaringan pertemanan dan komunitas dalam mendukung kemajuan usaha ojek online lokal. Hubungan pertemanan memiliki peran penting dalam perkembangan sosial dan pengembangan jaringan. Relasi pertemanan juga mendapatkan banyak manfaatnya salah satunya

jaringan atau akses terhadap tujuan menjadi lebih mudah ditambah dengan hubungan baik yang dibangun selama ini akan menghasilkan relasi pertemanan yang baik. Seiring dengan meningkatnya tingkat keakraban maka seorang individu akan diikat oleh relasi dan harus memiliki kemampuan yang tepat untuk menjadi relasi secara efektif.

Pentingnya membangun relasi pertemanan dalam dunia bisnis termasuk ojek online lokal ini. Karena memanfaatkan relasi pertemanan sangat menentukan kemajuan suatu usaha dan salah satu cara suksesnya sebuah usaha. ojek online lokal ini juga memanfaatkan relasi dalam mengembangkan usaha dan cara mereka menjadi ojek online lokal yang dikenal semua kalangan masyarakat Banda Aceh. Maka dari itu salah satu cara mereka mendominasi wilayah Banda Aceh dengan memanfaatkan relasi pertemanan tersebut.

1. Promosi

Promosi yang dilakukan seperti Penempelan stiker dan penyebaran brosur di beberapa titik wilayah Banda Aceh dan tempat fasilitas umum lainnya termasuk bagian dari strategi yang berhasil. Mereka ingin memudahkan masyarakat dalam melihat keberadaan mereka sebagai ojek online berbasis lokal yang hanya ada di wilayah Banda Aceh dan sekitarnya. Selain itu promosi yang dilakukan dengan penyebaran info di seluruh Group Whatshap yang ada di HP masing-masing dalam memudahkan dan memperkenalkannya pada teman teman terlebih dahulu. Adanya peningkatan orderan atau pesanan setelah mereka melakukan promosi dan penyebaran brosur dan beberapa cara yang dilakukan dalam menaikkan Eksistensi ojek online berbasis lokal.

2. Media Sosial dan Media Cetak

Salah satu strategi ojek online lokal dalam menguasai wilayah Kota Banda Aceh dan sekitarnya adalah mempromosikan melalui media sosial. Untuk melakukan usaha bisnis ojek online lokal wajib untuk memanfaatkan media sosial sebagai kanal marketing dalam memperluas jaringan. Potensi memasarkan atau mempromosikan ojek online lokal tidak dapat serta merta terjun begitu saja, diperlukan strategi dalam memperkenalkan usaha yang anda jalani dengan efektif dan efisien. Ada beberapa Fungsi Media Sosial dalam menjalankan bisnis. Diantaranya Memperluas jaringan, meningkatkan kualitas usaha maupun produk, dapatkan pelanggan baru, meningkatkan kunjungan pelanggan pada website, menjaga hubungan baik dan kepuasan pelanggan, tentukan tujuan, buat kalender konten, komitmen dan lain sebagainya.

3. Kerja Sama UMKM

Ojek online lokal sendiri juga menjadikan UMKM bagian dari kerja sama atau mitra dalam pengembangan dan eksistensi guna mempercepat proses produk UMKM yang dibantu oleh ojek online lokal dalam proses penyebaran dan jasa pengantaran yang ditawarkan untuk proses mempermudah dan juga menjadikan ojek online lokal sebagai mitra dan dalam jangka panjang

waktu maupun adanya kontrak antar kedua belah pihak. Mulai dari Penempelan stiker di toko hingga adanya kegiatan pameran atau biasa disebut dengan bazar. Disisi lain, ojek online lokal juga banyak memberikan diskon maupun potongan harga bagi mitra mitra kerjasama UMKM yang sudah disepakati bersama dan kerja sama lainnya seperti membantu proses periklanan produk dan ikut dalam kegiatan UMKM atau bagian dari sponsor.

KESIMPULAN

Ojek online lokal menjadi salah satu transportasi yang terkenal di Kota Banda Aceh dengan berbagai nama komunitas yang mereka gunakan mulai dari Koala, Umma Post , Kita Antar aja dan ojek solo lainnya. Ojek lokal ini dengan kemudahannya mampu menyaingi ojek online Nasional dalam beberapa tahun terakhir. Banyaknya cara atau strategi yang mereka gunakan dalam menarik hati ditengah masyarakat Kota Banda Aceh seperti penyebaran brosur, kerja sama UMKM, Media Sosial dan media cetak serta memanfaatkan Relasi pertemanan guna bisa menjadi ojek online lokal yang maju. Dengan fitur memesan cukup Via Whatsapp dan group para konsumen langsung bisa menulis pesanan tanpa harus menginstal aplikasi yang tergolong ribet. Adanya ojek online lokal ini memudahkan para Orang tua yang tidak terlalu paham jika menggunakan aplikasi. Ini juga menjadi alternatif yang harus dipertimbangkan karena semuanya tersistem dengan mudah.

SARAN

Saran Peneliti untuk ojek online lokal harusnya mereka bisa membuat sistem aplikasi untuk para driver agar lebih mudah dalam menggunakan atrian dan tidak berebut orderan yang masuk. Setelah itu ojek online lokal juga harus terus melakukan langkah-langkah yang tepat guna agar terus bisa bersaing dengan ojek online Nasional dan terus eksis dengan berbagai macam promo serta layanan yang berkualitas dan dapat memberi kenyamanan disetiap konsumen agar citra serta eksistensi ojek online lokal terus baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Aminah, Siti. 2018 *Transportasi Publik dan Akseibilitas Masyarakat Perkotaan. Jurnal Teknik Sipil*, Universitas Airlangga. Vol 9 Nomor 1 2018 hal 1-19
- Amajina, Fania darma 2016. *Kreatifitas Digital tentang ojek online "Gojek". Jurnal Informasi Kajian Ilmu Komunikasi*. Departemen Sosiologi Universitas Indonesia Volume 46 No1 15 Hal 1-2
- Arum Wahyuni purboastuti, 2018. *Faktor Penyebab Beralihnya konsumen ojek pangkalan menuju ojek online. Jurnal Tirtayasa Ekonomika*, Universitas sultan Ageng Tirtayasa Vol 13. No 1 Hal 1-14
- Abbas Salim, 2002. *Manajemen Transportasi* Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Elly M. Setiadi dan Usman Kolip, 2011. *Pengantar Sosiologi Pemahaman Fakta dan Gejala Permasalahan Sosial: Teori, Aplikasi, dan Pemecahannya* Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Dian Triyani Triyani, Lulus Prapti, Aprih Santoso. 2007. *Motivasi pekerja ojek Konvensional Dalam Persaingan Bisnis Transportasi Ojek Online (Studi pada jasa ojek pangkalan di Kecamatan Ngaliyan Kota Semarang)*. *Jurnal Dinamika Sosial Budaya* Universitas

- Hafids, Wardah. 2001. *Abang Becak, Sekejam-kejamnya Ibu Tiri Masih Lebih Kejam Ibu Kota*. Jakarta : Efatta
- Hendar Putranto, 2005. *Teori-Teori Kebudayaan* Yogyakarta: Kanisius
- Indrayani Damsar. 2009. *Pengantar Sosiologi Ekonomi*. Jakarta : Kencana
- Ibrahim Rahman, Hilmi 2011. *Pertumbuhan Ekonomi, Kesenjangan Sosial dan Kemiskinan Di Indonesia Ditinjau dari Ekonomi Politik Pembangunan*. *Jurnal Ilmu dan Budaya*, Fisip Universitas Nasional Vol 40 Nomor 5 Hal 6305-6325.
- Juliansyah, Eris. 2017. *Strategi Pengembangan Sumber Daya perusahaan dalam Meningkatkan kinerja PDAM Kabupaten Sukabumi*. *Jurnal Ekonomak*, Sekolah Tinggi ilmu Ekonomi PGRI Sukabumi. Volume. 3 No 2, Agustus Hal 1-16
- Khozin, Abdulllah, 2012. *Konsep Kekuasaan Michael Faucalt, Jurnal tasawuf dan pemikiran islam*, Fakultas Ushuluddin IAIN Sunan Ampel. Vol 2 Nomo1 hal 3-11
- Kiki Setiorini, 2018 Persaingan Ojek Online dan Ojek Konvensional di Stasiun Lempuyangan, Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Sosiologi Pendidikan Humanis*, Program Studi Pendidikan Sosiologi Universitas Negeri Yogyakarta Vol 3 Nomor 1 hal 29-35
- Kamahi, Umar 2017. *Teori kekuasaan Michael Foucault: Tantangan bagi Sosiologi Politik*. *Jurnal Al-Khitabah* Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar Vol. III No.1 Hal 117-133
- Ma'ruf amar, 2013. *Analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada bisnis jasa transportasi*. Jakarta : Raja Grafindo
- Loekman Soetrisno. 1995 . *Menuju Masyarakat Partisipatif* Yogyakarta; Kanisius.
- Martono Nanang. 2011. *Sosiologi Perubahan Sosial*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Nanang Martono, 2014. *Sosiologi Perubahan Sosial Perspektif klasik, Modern, Posmodern dan poskolonial* Jakarta: Raja Grafindo Persada hlm. 81. 11
- Susantono Bambang. 2009, *Jangan Hanya Bisa Mengeluh Macet: 1001 Wajah Transportasi Kita + Tips Praktis Nyaman dan Aman di Jalan*. Jakarta:Gramedia Pustaka Utama.
- Suyanto, Bagong dan Sutinah (Ed). 2005. *Metode Penelitian Sosial: Berbagai Alternatif Pendekatan*. Jakarta: Kencana.
- Sugiyono. 2013. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung : Alfabeta
- Suyanto Bagong. 2013. *Sosiologi Ekonomi*. Jakarta : Kencana
- Setiawan Indra, 2020. *Analissi dampak transportasi ojek online terhadap pangkalan ojek konvensional diterminal lama wngiri*. *Jurnal Studi islam dan Sosial* VOL 1, Nomor 1 Juni hal 13-32
- Setiawan, Farhan, (2021). *Strategi Tukang Becak Dalam Mempertahankan Pekerjaan Pasca Munculnya Transportasi Ojek Online*, *Jurnal Sosiologi Dialektika* Sosiologi (1); Hal 1-8
- Sulhandi dengan judul, 2013. *Becak Banting Harga.Studi kasus wisata becak di kawasan maliobolo Yogyakarta*. *Jurnal Administrasi Publik*.Vol 11 No 2 hal 1-24
- Soyomukti, Nurani. 2012;. *Konsep Manusia Menurut Islam*. *Jurnal Bimbingan Penyeruhan Islam* Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar. Volume 4. No 2, November
- Rochamawati, 2016. *Perilaku Komunikasi Tukang Ojek Konvensional Dalam Mengantisipasi Kehadiran Ojek Online di Surabaya* *Jurnal Uin Sunan Ambel Surabaya* Vol 4 Nomor 6 hal 1-17