



Perkembangan Transportasi Ojek Online dan Pengaruhnya Terhadap Perubahan Sosial Ekonomi di Bandar Lampung

Muhammad Sheva Februara, Efritya Equina Arindri, Ingrid Bonia Simamora, Santa Monica Sihombing, Dewi Ayu Hidayati

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung
Jl. Prof. Dr. Sumantri Brojonegoro No. 1 Bandar Lampung, 35145
Correspondence: email: equinaefritya@gmail.com

ABSTRACT

Online motorcycle taxi transportation is a result of technological developments which are currently very popular with many people in big cities, including the city of Bandar Lampung. In line with the widespread use of online motorcycle taxis, this research aims to determine the influence since the existence of online motorcycle taxis and what changes have been felt by the public, both from users and drivers. This research uses qualitative research methods with a case study in the city of Bandar Lampung. Data collection was carried out by conducting structured interviews. The research results show that the influence of online motorcycle taxis has had a significant impact on people's behavior both from an economic and social perspective, which is reviewed using social cognitive theory. This research also uses conflict theory from Karl Marx, Max Weber, and Ralf Dahrendorf in analyzing the impact of conflict that arises due to competition between online motorcycle taxis and base taxi taxis.

ARTICLE INFO

Article History:

Submitted/Received 1 June 2024

First Revised 11 June 2024

Accepted 20 June 2024

First Available online 30 June 2024

Publication Date 30 June 2024

Keywords:

Conflict,

Online transportation,

Social change

PENDAHULUAN

Dengan adanya perkembangan transportasi dalam era perkembangan teknologi milenial saat ini dapat mempengaruhi segala aspek seperti ekonomi, sosial, dan politik. Menurut Maharani (2017) kemajuan teknologi yang cepat dan tepat dapat menimbulkan perubahan yang signifikan terhadap masyarakat. Salah satu nya adalah bisnis layanan aplikasi berbasis penyedia ruang moda transportasi online yang berhasil membawa perubahan besar terhadap masyarakat sekitar. Akibat dari adanya kemajuan ini masyarakat dapat memperoleh peluang dan mendapatkan perubahan dari segala aktivitas yang mereka jalani sehari-hari. Dengan munculnya transportasi online yang disebabkan dengan adanya kemajuan teknologi maka akan mempermudah sistem transportasi dan mempermudah penggunaanya.

Diantara berbagai moda transportasi yang ada, ojek yang paling sangat digemari masyarakatnya. Saat akan bepergian dan untuk mengefisiensikan waktu ojek menjadi salah satu kendaraan yang paling cepat dibandingkan bus, taksi, angkutan, dan lain sebagainya. Masyarakat kini lebih memilih moda transportasi online karena mencapai tujuan mereka dengan cepat dan memudahkan mereka untuk melakukan pemesanan. Selain itu masyarakat memilih ojek karena mudah dijangkau dan juga layanan nya tersedia di sekitar mereka sehingga mereka tidak perlu lagi menunggu lama. Maka dengan munculnya transportasi online ini akan memberikan kemudahan bagi para pelanggannya untuk menggunakan layanan tersebut tanpa batasan waktu. Selain itu transportasi online ini juga membuka lapangan pekerjaan bagi mereka yang di PHK, pengangguran, tidak bekerja, ataupun hanya sebagai pekerja sampingan. Dengan demikian setiap orang memiliki kemampuan dalam mengakses transportasi online kapan saja dan dimana saja dengan hanya menggunakan aplikasi yang tersedia.

Perkembangan dunia menciptakan persaingan yang ketat. Untuk mendapatkan pelanggan dan mempertahankan mereka, berbagai metode telah diadopsi. Kualitas layanan yang berkualitas tinggi merupakan salah satu strategi yang digunakan oleh perusahaan untuk memenangkan persaingan. Karena layanan yang berkualitas tinggi, pelanggan tertarik untuk membeli produk atau jasa. Kualitas layanan tergantung pada kemampuan barang dan jasa Perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen. Kualitas layanan yang telah diberikan kepada konsumen merasa puas jika merasa layanannya sama atau melebihi kualitas layanan yang diharapkan konsumen tersebut. Merefleksikan ekspektasi konsumen dalam pelayanan yang baik, keramahan, kesopanan, ketepatan waktu dan kecepatan menjadi nilai penting yang diharapkan konsumen. Berdasarkan uraian di atas, tampaknya kualitas layanan dan harga memegang peranan yang sangat penting dalam kepuasan pelanggan. Tanpa layanan yang berkualitas dan berkelanjutan, perusahaan transportasi sulit bersaing dengan perusahaan sejenis dengan harga yang terjangkau oleh semua orang. Dengan adanya Grab ini dapat mempermudah masyarakat memenuhi kebutuhannya sehari-hari.

Dengan hadirnya transportasi online di tengah kondisi sistem transportasi Indonesia yang belum terkelola dengan baik dapat memicu pro dan kontra. Beberapa perusahaan besar antara lain Gojek, Grab, Maxim, Indriver dan lain-lain berlomba-lomba untuk mendirikan penyedia layanan transportasi berbasis aplikasi online terbaik. Adanya transportasi online merupakan pilihan yang sangat bagus dan juga alternatif yang tepat bagi sebagian masyarakat penggunaannya. Namun disisi lain hal ini menjadi permasalahan bagi mereka yang menggantungkan hidup mereka dari jasa yang tidak mengendalikan teknologi. Transportasi online memberikan kemudahan dengan biaya yang jauh lebih murah dan kenyamanan serta keamanan yang terjamin maka bukan suatu hal yang mengherankan jika banyak masyarakat yang beralih dari moda transportasi konvensional ke moda transportasi online. Tetapi di sisi lain hal ini merugikan bagi moda transportasi konvensional karena dengan munculnya transportasi online transportasi konvensional lebih merasa terancam dan mengakibatkan ekonomi mereka yang menurun.

Melihat hal tersebut bahwa perubahan sosial selalu dipengaruhi oleh perkembangan baru dalam masyarakat yang menghasilkan keadaan yang berbeda dalam struktur sosial tersebut. Perubahan sosial memiliki beberapa karakteristik, pertama perubahan sosial dapat terjadi sepanjang waktu, jika pada zaman dahulu transportasi umum masih sangat tradisional seperti becak dan delman, kemudian berkembang menjadi bus umum, angkutan umum, ojek konvensional, kemudian berkembang lagi menjadi lebih modern seperti taksi online, ojek online (Grab, Maxim, Gojek). Oleh karena itu perubahan sosial selalu terjadi dalam kehidupan masyarakat dan tidak dapat kita hindari. Seiring dengan kemajuan teknologi dan perubahan yang berkembang, aksesibilitas terhadap segala hal dapat menjadi mudah dan lebih nyaman. kedua, kita tidak bisa merencanakan perubahan sosial, namun kita mengetahui bahwa perubahan sosial pasti terjadi. Kedua, perubahan sosial tidak dapat direncanakan namun perubahan sosial pasti terjadi. Dengan perkembangan teknologi yang semakin canggih, perubahan sosial membawa dampak yang signifikan baik itu dalam bidang ekonomi maupun bidang sosial. Ketiga, perubahan sosial bersifat kontroversial. Umumnya jika terjadi perubahan sosial masyarakat tidak langsung menerima perubahan tersebut, namun seiring dengan berjalannya waktu masyarakat dapat menerima dan mengikuti perubahan tersebut. Misalnya seperti keberadaan transportasi online yang memicu pergeseran dan konflik terhadap transportasi konvensional.

Selain itu, perubahan sikap dalam masyarakat juga mempengaruhi terjadinya perubahan sosial. Dengan perubahan sosial yang terjadi kini masyarakat menjadi lebih konsumtif, minim usaha, dan tidak mau ribet hal ini memicu pengaruh negatif terhadap individu itu sendiri. Masyarakat menjadi lebih konsumtif karena fitur menarik dari aplikasi tersebut dan juga aplikasi transportasi online menawarkan promo yang dapat menarik perhatian penggunaannya. Masyarakat juga menjadi malas dan tidak mau ribet, karena budaya mereka yang mulai berubah dengan adanya perubahan sosial tersebut. Dari sini dapat dilihat bahwa perubahan sosial tak selamanya membawa pengaruh positif, namun meskipun begitu perubahan sosial tak dapat kita hindari dan masyarakat harus bisa beradaptasi dengan perubahan yang terjadi.

Dengan demikian, perkembangan teknologi di sektor transportasi membawa dampak sosial yang signifikan, termasuk perubahan dalam pola mobilitas, serta ekonomi masyarakat. Dengan semakin mudahnya akses transportasi, masyarakat cenderung memiliki mobilitas yang lebih tinggi yang akan mempengaruhi ruang perkotaan. Maka penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perkembangan teknologi transportasi khususnya ojek online yang berkontribusi dalam perubahan sosial di masyarakat serta menganalisis dampak apa yang ditimbulkan dengan adanya perubahan ini. Dengan memahami pola perkembangan ini dapat memberikan wawasan yang komprehensif terhadap perkembangan transportasi pada kehidupan sosial di masyarakat.

METODE PENELITIAN

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan deskriptif kualitatif di mana pendekatan kualitatif dilakukan untuk mengeksplorasi dan memahami perkembangan transportasi ojek online dan dampaknya terhadap perubahan sosial yang berlokasi di kota Bandar Lampung. Peneliti menggunakan pendekatan metode kualitatif karena dapat mengkaji pengalaman, pandangan, dan persepsi masyarakat secara komprehensif terkait analisis perkembangan dan pengaruhnya ojek online terhadap perubahan sosial dan ekonomi di Bandar Lampung. Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu studi kasus, dengan menggunakan studi kasus maka penelitian akan dilakukan secara mendalam terkait perkembangan transportasi Ojek Online di Bandar Lampung. Subjek penelitian terdiri dari pengemudi ojek online dan pengguna jasa ojek online. Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer di mana peneliti melakukan wawancara terstruktur langsung dengan 5 informan yang terdiri dari 3 driver ojek online dan 2 pengguna jasa ojek online pada tanggal 28 May 2024 di Bandar Lampung. Peneliti juga menggunakan data sekunder yang berasal dari situs resmi terkait berita, dan artikel terkait.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Terkait dengan topik yang dikaji oleh peneliti. Peneliti telah mewawancarai sebanyak 3 informan driver dan 2 informan pengguna ojek online. Pertama mengenai pengaruh pendapatan ojek online terhadap ekonomi bagi pengemudi. Pengaruh pendapatan ekonomi bagi pengemudi ojek online dapat dikatakan meningkat, hal ini dibuktikan dengan hasil wawancara peneliti bersama ES yang berusia 20 tahun yang telah menjadi pengemudi ojek online selama dua minggu, menurut beliau "Pengaruh ojek online bagi ekonomi saya selaku pengemudi atau driver ojek online tentu saja berpengaruh positif. Sudah dua minggu ini saya mengikuti sebagai driver ojek online yang saya rasakan sebagai mahasiswa yang turut serta dalam pengemudi ojek online ini. Ekonomi saya dapat terbantu, uang bulanan saya tersimpan dan sehari-hari, saya dapat menutupi uang makan rokok dan bensin. Perkiraan sehari kalau lagi ramai-ramainya saya mendapatkan keuntungan bersih 100-150 ribu. Kalau sedang anjep bahasanya sebagai driver atau sedang sepi orderan mungkin hanya Rp20.000 sampai Rp30.000 rupiah."

Berdasarkan hal tersebut demikian juga dengan S berusia 23 tahun yang telah menjadi pengemudi ojek online selama setahun, menyatakan "Pengaruh ekonominya untuk saya itu lumayan karena saya juga narik ojek itu sambil. Pendapatannya juga ga stabil. Kalau misalnya lagi ramai penumpang pendapatannya naik. Jadi ga terlalu ngaruh sama pendapatan saya, karena saya narik nya engga tiap hari."

Demikian juga dengan J berusia 40 tahun yang telah menjadi pengemudi ojek online selama 3 tahun menyatakan bahwa “Penghasilan yang saya dapat lumayan ya, apalagi dua tahun yang lalu lagi ramai-ramai nya penumpang. Tapi faktor yang buat pendapatan saya kurang karena dari pihak aplikasinya tuh buka lowongan terus-menerus, jadi lama-kelamaan drivernya makin nambah makin banyak. Apalagi kalau kita mau daftar jadi pengemudi di aplikasi Maxim itu gampang. Syarat-syaratnya paling cuman STNK sama SIM aja. Jadi bisa dibilang, dari pihak aplikasinya belum mensejahterakan driver, mereka kayak cuman memperkaya diri sendiri aja. Driver-nya makin tambah, tapi penumpangnya semakin berkurang. Apalagi akhir-akhir ini ya, anak lulusan SMA tuh membludak, mereka juga ikut-ikutan buat daftar jadi driver ojek online. Nah, yang sejatinya ojol tuh jadi ga stabil pendapatannya, karena sekarang banyak mahasiswa kerja sampingan gitu. Harapan saya sih pembukaan pendaftaran ojol dibatasi gitu, supaya yang sejatinya ojol itu sejahtera. Bisalah memenuhi kebutuhan, selama kita lancar dan niat berusaha pasti dapet.”

Kedua, mengenai pengaruh sosial yang terjalin antar komunitas ojek online memberikan pengaruh positif dalam menambah relasi pengemudi, baik antar komunitas maupun sesama satu komunitas ojek online. Hal ini dibuktikan dengan hasil wawancara peneliti bersama ES berusia 20 tahun yang sudah menjadi pengemudi ojek online selama 2 minggu, beliau menyatakan bahwa “Dampak ojek online terhadap interaksi yang ada di komunitas kami berlangsung dengan baik, walau kadang interaksi di chat grup kurang intens, tapi kalau ketemu tatap muka langsung sesama pengemudi ojek online pastinya berlangsung baik. Menurut saya itu terjadi karena kurangnya pendekatan, jadinya komunikasi sesama pengemudi itu kurang lancar. Tapi kalau sudah di satu tempat pangkal yang sama, dan kami sudah mengenal satu sama lain, pastinya komunikasi dan interaksi kami berlangsung dengan baik. Sering bertukar ilmu tentang tips dan trik saat mengemudi sebagai pengemudi ojek online. Makanya saya bisa simpulkan bahwa interaksi sesama komunitas ojek online itu berlangsung dengan baik saat bertemu langsung atau saat tatap muka. Tapi kalau untuk chat grup di aplikasi itu kurang, baik dalam reaksinya atau interaksinya.”

Berdasarkan hal tersebut demikian juga dengan S berusia 23 tahun yang telah menjadi pengemudi ojek online selama setahun, menyatakan “Kalau untuk komunikasi dan interaksi sesama ojek online di komunitas itu bagus. Sampai sekarang juga masih baik-baik aja. Sama perusahaan atau komunitas lainnya juga begitu, komunikasinya masih lancar-lancar aja. Tapi untuk komunitas ojek pangkalan itu kurang baik, karna ojek online itu bermasalah dengan mereka.”

Demikian juga dengan J berusia 40 tahun yang telah menjadi pengemudi ojek online selama 3 tahun menyatakan bahwa “Menurut saya, kebanyakan dampak baiknya. Baik itu dari segi pertemanan. Misalnya, yang dulunya ga saling kenal, sekarang jadi kenal. Terus kalau dalam segi keuangan itu saling membantu. Sama juga dengan perusahaan lain, saling membantu gitu. Tapi ga semua pengemudi ojek online yang begitu, semua balik ke individu masing-masing. Kan ada tuh yang kalau ketemu sombong banget, gamau tegur sapa, nah yang kayak gitu kita ga tanggepin”

Ketiga, perkembangan dalam transportasi ojek online juga menimbulkan konflik sosial antara ojek online dengan ojek konvensional atau yang biasa disebut ojek pangkalan. Konflik ini berakar dari kecemburuan sosial yang timbul antara ojek online dan ojek pangkalan. Hal ini dibuktikan dengan hasil wawancara peneliti bersama Efesus Sitorus berusia 20 tahun yang sudah menjadi pengemudi ojek online selama 2 minggu, menyatakan bahwa “Untuk konfliknya saya kurang paham karena saya juga baru bergabung jadi pengemudi ojek online kurang lebih 2 minggu. Tapi kalau yang saya denger dari para sesama driver, sebelumnya ada terjadi konflik antara ojek pangkal dengan ojek kampus. Konflik yang terjadi dengan Go-jek pangkalan tentu saja karena ojek pangkalan merasa tersaingi dengan ojek online. Mereka merasa kalau mereka itu kalah dalam kompetisi karena adanya teknologi aplikasi ojek online ini. Sedangkan, konflik yang terjadi antara ojek pangkal dengan ojek kampus dianggap melakukan persaingan yang merusak harga pasar ojek pada umumnya, dan konflik itu sudah diselesaikan. Kalau di Itera, penyelesaian konflik nya itu dengan cara menghilangkan ojek kampus, sedangkan di Unila dilakukan dengan perjanjian yang saya kurang tau juga apa perjanjian mereka.”

Berdasarkan hal tersebut, demikian juga dengan Selamat berusia 23 tahun yang telah menjadi pengemudi ojek online selama setahun, menyatakan “Kalau untuk permasalahan sih jarang ya terjadi. Karena kalau untuk pengemudi Maxim, saya aman-aman aja. Malah kita itu saling tegur sapa gitu.”

Demikian juga dengan Juanda berusia 40 tahun yang telah menjadi pengemudi ojek online selama 3 tahun menyatakan “Paling konfliknya dalam promo antara Go-jek sama Maxim. Tapi kadang-kadang tetap aja driver Go-jek itu punya aplikasi Maxim, begitu pula sebaliknya. Kalau untuk antara ojek pangkalan dengan ojek online itu bisa sampe saling melukai. Konfliknya di terminal-terminal gitu, jaraknya kalau 100 meter dari terminal gaboleh ambil penumpang. Solusinya berat, ojek pangkalan itu udah ngerti, udah paham juga sama ojek online. Mereka itu pengen dua-duanya antara pangkalan sama online. Kalau dari pihak online, ya pengennya bebas ya. Kita bukan berarti merebut penumpang, cuman kan ini online.

Kemudian peneliti juga melakukan wawancara terhadap 2 informan selaku pengguna ojek online. Berdasarkan hasil wawancara mengenai pengaruh pengeluaran ekonomi terkait penggunaan ojek online terdapat perubahan yang signifikan. Pertama, pengguna merasa pengeluaran mereka lebih besar dari biasanya. Hal ini diperkuat dengan data hasil wawancara peneliti bersama informan BK berusia 20 tahun yang sudah menggunakan ojek online sejak 2016-2017 (SMP), menyatakan “Menurut saya, penggunaan ojek online itu berpengaruh, ya karena pengeluaran kita tentunya jadi lebih boros. Kalau tentang voucher itu kan terbatas ya, jadi ga setiap hari bisa dapat promo.”

Berdasarkan hal tersebut, demikian juga dengan YB berusia 21 tahun yang sudah menggunakan ojek online sejak SMA kelas 3, beliau mengatakan bahwa “Menurut saya, penggunaan ojek online ini membuat pengeluaran jadi lebih banyak. Misalnya, dalam sehari bisa ngeluarin Rp20.000 bolak balik belum ditambah biaya makan. Kalau dihitung-hitung, estimasi pengeluaran saya sehari-hari mungkin sebanyak Rp40.000 kurang lebih. Kalau dihitung-hitung pengeluaran tiap bulan, tentunya pasti banyak banget hanya buat transportasi. Karna jujur di sini selama kuliah saya ga ada kendaraan makanya memutuskan untuk pakai transportasi online.”

Kedua, pengguna merasakan adanya perubahan yang dialami semenjak adanya ojek online. Pengguna merasa terbantu saat ingin bepergian, terutama bagi yang tidak memiliki kendaraan. Hal ini diperkuat dengan data hasil wawancara peneliti bersama informan BK berusia 20 tahun yang sudah menggunakan ojek online sejak 2016-2017 (SMP), menyatakan "Jadi dulu sebelum adanya ojek online, kita kan sering itu bepergian pakai ojek pangkalan sebagai transportasi. Nah, jadi itu kalau kita pengen pakai jasa ojek pangkalan, kita harus jalan dulu ke pangkalannya. Beda lagi kalau sekarang udah ada ojek online. Kalau pakai ojek online kan, kita bisa tinggal pesen gitu, lebih mudah dan lebih praktis. Mau kita pesen di mana aja bisa, tinggal pesen pakai handphone aja. Tapi kelemahannya, ga semua orang punya handphone, jadinya mereka gabisa pakai jasa ojek online."

Demikian juga dengan YB berusia 21 tahun yang sudah menggunakan ojek online sejak SMA kelas 3, beliau mengatakan bahwa "Perubahan yang saya alami setelah adanya ojek online ini tentu bisa membantu banget kalau bepergian ke sana kemari terutama bagi yang ga punya kendaraan untuk berangkat kuliah atau bahkan sekarang kadang tiba-tiba ada kerjaan mendadak, atau misalnya ada urusan ke tempat-tempat yang jauh, karna ga ada kendaraan jadi dipermudah banget naik transportasi online ini. Terus juga lebih cepat dan tepat waktu. Gitu deh manfaatnya"

Ketiga, pengguna lebih memilih menggunakan ojek online karena dapat diakses dengan mudah, harga yang lebih bersahabat, dan juga lebih aman dan terjamin keselamatannya. Hal ini diperkuat dengan data hasil wawancara peneliti bersama informan Billy Kumala berusia 20 tahun yang sudah menggunakan ojek online sejak 2016-2017 (SMP), menyatakan "Kenapa saya memilih ojek online? Karena ojek online lebih mudah diakses lewat handphone. Cuman kalau ojek pangkalan udah jarang ditemuin. Sekarang juga udah susah nyari nya, kalau pun dapat atau ada pasti harganya ga menentu."

Demikian juga dengan YB berusia 21 tahun yang sudah menggunakan ojek online sejak SMA kelas 3, beliau mengatakan bahwa "Saya memilih transportasi ojek online karna yang pertama itukan udah ada harga yang ditentukan berdasarkan jarak. Kalau misalnya kita naik ojek pangkalan itu, harga nya berubah-ubah sesuai dengan kemauan si driver. Tapi kalo semisalnya kita pakai ojek online, itu ditentukannya berdasarkan jarak. Jadi jauh dekat nya itu sama semuanya dengan driver. Yang kedua keamanan kita itu terjamin, kalau misalnya pas dijemput itu mereka akan konfirmasi udah di mana, udah otw, terus juga kalau udah di tempat, mereka akan nawarin mau pake helm atau nggak. Jadi, dari segi keselamatan udah terjamin, terus dari segi keamanan, itu lebih terjamin karena data kita berangkat atau udah di drop di tempat itu kan tercatat di aplikasi. Jadi kalau seandainya ada hal yang aneh di driver nya kita bisa laporin. Kalau naik ojek pangkalan, itu kita gatau identitas nya, gatau gimana, jadi dari segi keamanan kurang terjamin lah. Itu sih cukup."

PEMBAHASAN

Society Behavior terhadap Kemunculan Teknologi Transportasi Ojek Online

Perilaku manusia merupakan output dari kerangka berpikir seseorang sehingga ia perilaku dan pemikiran saling berkorelasi dan tidak akan terpisahkan. Dalam hal perilaku manusia disini peneliti menggunakan Teori Kognitif Sosial untuk menggambarkan society behavior dengan kemunculan teknologi transportasi ojek online yang merupakan faktor eksternal dari perilaku manusia itu sendiri. Dalam teori kognitif sosial ini ada 3 variabel yang saling terikat, yakni faktor perilaku, faktor lingkungan (Faktor Ekstrinsik), dan faktor personal (Faktor Intrinsik).

Tiga variabel dalam teori kognitif sosial ini dapat dikatakan memiliki keterkaitan satu sama lain. Ketiganya merupakan variabel yang secara bersama sama membantu proses belajar untuk terjadi. Suatu pengalaman individu akan bergabung dengan berbagai macam determinan yang menentukan perilaku serta faktor lingkungan. Dalam interaksi antara seseorang dengan lingkungannya, keyakinan manusia, idea dan kompetensi kognitif akan dimodifikasi dan diubah oleh berbagai rupa faktor eksternal.

Pada penelitian ini, faktor ekstrinsik yang dimaksud adalah kemunculan teknologi transportasi ojek online yang membentuk pengalaman baru bagi individu untuk melakukan perubahan bagi perilakunya. Karena pada dasarnya manusia mempunyai intuisi terhadap keinginan untuk melakukan hal-hal yang mereka butuhkan dalam hidup baik dalam bentuk hanya ingin mempermudah mereka dalam melakukan kegiatan dan aktivitas. Perubahan sosial yang terjadi pada bagian ini adalah perubahan secara perilaku dari manusia itu sendiri akibat dari lingkungan yang mendorongnya untuk melakukan adaptasi dalam berperilaku. Begitu juga keselarasan perilaku individu merupakan suatu bagian daripada segala bentuk komprehensif yang terjadi dalam masyarakat. Maka daripada itu, penulis menjadikan individu sebagai sampel dari suatu keadaan masyarakat saat ini.

Dampak Sosial dan Ekonomi

Perkembangan teknologi, usaha dibidang jasa transportasi online di Indonesia pada saat ini terus mengalami perkembangan. Usaha transportasi sekarang ini sudah merambah pada basis online atau memanfaatkan kemajuan teknologi internet dalam proses pelayanannya, mulai dari cara pemesanan, pembayaran, penilaian layanan dan lain sebagainya. Dengan berkembangnya ojek online merupakan salah satu perwujudan perubahan sosial, karena layanan ojek online sudah dianggap menguntungkan di tengah perkembangan teknologi dan globalisasi di Indonesia. Dengan hadirnya ojek online mengakibatkan berkurangnya minat masyarakat terhadap penggunaan ojek konvensional, dikarenakan ojek online dianggap lebih efisien, serta keamanan dan kenyamanan yang lebih terjamin. Dalam pemesanannya pun lebih cepat, karena customer tidak perlu menunggu lama. Selain itu, dalam bertransaksi, ojek online memberikan kemudahan, ketika customer tidak memegang uang tunai, ojek online menyediakan layanan bertransaksi melalui dompet digital. Dengan kemudahan tersebut, membuat driver ojek konvensional menjadi resah, karena terkesan menenggelamkan keberadaan ojek konvensional dan penggunaan ojek online tersebut memengaruhi pendapatan driver ojek konvensional menjadi menurun. Namun, dalam bertransaksi, ojek konvensional masih bisa menggunakan uang tunai.

Dari hasil wawancara bersama informan peneliti mendapatkan fakta bahwa kemunculan ojek online merupakan peluang bagi mereka yang tidak memiliki pekerjaan sama sekali ataupun bisa dijadikan suatu pekerjaan sampingan layaknya mahasiswa. Ekonomi Institute for Development of Economics and Finance (INDEF) Enny Sri Hartati menyebutkan, hadirnya transportasi berbasis aplikasi online menciptakan kesempatan lapangan pekerjaan yang semakin luas. Hal ini terlihat dari data yang dirilis oleh AlphaBeta pada tahun 2017, sekitar 43 persen dari total 5.000 mitra transportasi online yang bergabung (Fakhriyah, 2020).

Hasil riset Google, Temasek, dan Bain & Company melaporkan, nilai transaksi transportasi online, seperti layanan taksi dan ojek online, di Indonesia diramal sebesar US\$8 miliar atau sekitar Rp124,84 triliun pada 2022 (kurs Rp15.606/US\$). Angka tersebut juga mencakup layanan pesan-antar makanan (food delivery), seperti GoFood, GrabFood, dan ShopeeFood. Laporan bertajuk e-Conomy Southeast Asia 2022 menunjukkan, transaksi ojek online dan food delivery di Indonesia sebesar US\$7 miliar tahun lalu. "Nilainya diprediksi meningkat 19% menjadi US\$ 8 miliar tahun ini," demikian dikutip dari laporan tersebut. Pada 2019, transaksi ojek online dan food delivery di Indonesia hanya sebesar US\$6 miliar. Nilai itu naik 9% hingga pencapaian 2021. Adapun nilai transaksi transportasi online di Indonesia diproyeksikan bakal naik 22% dari 2022 menjadi US\$15 miliar pada 2025. Perlu diketahui, nilai ekonomi digital Indonesia diperkirakan naik 22% secara tahunan (year on year/yoy) US\$77 miliar pada tahun ini. E-commerce menjadi sektor pendorong utama, disusul oleh transportasi online, media online, dan travel online.

Teknologi transportasi ojek online di Indonesia telah membawa dampak yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi. Pertama, melalui peningkatan aksesibilitas transportasi, platform ini telah memungkinkan masyarakat untuk lebih mudah dan cepat bergerak dari satu tempat ke tempat lain, sehingga mendukung aktivitas ekonomi yang lebih efisien. Kedua, industri ojek online menciptakan lapangan kerja baru bagi ribuan pengemudi ojek di seluruh Indonesia, yang sebelumnya mungkin menganggur atau bekerja dengan penghasilan rendah.

Ketiga, pertumbuhan industri ini juga menjadi pendorong bagi sektor ekonomi berbasis teknologi, seperti teknologi informasi, pembayaran digital, dan layanan konsumen. Keempat, dengan meningkatnya mobilitas masyarakat yang disebabkan oleh layanan ojek online, pelaku usaha skala kecil dan menengah (UMKM) serta pedagang lokal di berbagai wilayah juga mendapatkan manfaat dengan peningkatan pendapatan mereka. Terakhir, industri ojek online juga telah mendorong inovasi dalam model bisnis dan cara penghasilan, dengan banyak pengemudi ojek online yang kemudian menjadi pengusaha dengan membuka usaha transportasi sendiri atau melalui diversifikasi pendapatan melalui layanan lain seperti antar-makanan atau pengiriman barang. Dengan demikian, teknologi transportasi ojek online telah menjadi salah satu motor penting dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia.

Konflik antara Ojek Konvensional & Ojek Online

Semenjak munculnya aplikasi ojek online tersebut, beberapa pengemudi ojek konvensional mengeluh karena mereka mulai terancam keberadaannya dan karena itulah muncul suasana kompetitif antara pengemudi ojek online dengan driver ojek konvensional, ternyata keberadaan ojek online ini semakin diminati karena memudahkan bagi penumpang maupun pengendara. Para pengemudi ojek konvensional merasa dirugikan karena adanya ojek online, yang dapat meminimalisir atau berkurangnya pendapatan para pengemudi ojek konvensional.

Untuk bisa memahami lebih dalam tentang konflik yang terjadi antara driver ojek online dan ojek konvensional ini penulis menggunakan beberapa pendekatan teori konflik dari beberapa tokoh seperti Karl Marx, Max Weber, dan Ralf Dahrendorf. Meski ketiga tokoh tersebut mempunyai konsep dan pandangan tersendiri dalam melihat suatu konflik, tetapi dalam situasi ini penulis sengaja memasukkan ketiga pandangan tersebut untuk memperdalam secara komprehensif terhadap permasalahan ini.

Teori konflik Karl Marx sangat relevan dengan situasi antara ojek online dan ojek konvensional karena Marx memfokuskan perhatiannya pada persaingan ekonomi dan ketidaksetaraan dalam masyarakat kapitalis. Ada beberapa point diantaranya ;

Persaingan atas Sumber Daya

Marx berargumen bahwa dalam masyarakat kapitalis, terdapat persaingan yang intens antara kelas-kelas sosial untuk mengontrol sumber daya ekonomi. Dalam kasus ojek online versus ojek konvensional, keduanya bersaing untuk mendapatkan penumpang sebagai sumber penghasilan, menciptakan konflik ekonomi yang sering kali intens.

Ketidaksetaraan dalam Akses dan Kekuasaan

Marx menyoroti ketidaksetaraan yang mendasari masyarakat kapitalis, di mana beberapa kelompok memiliki akses dan kekuasaan yang lebih besar daripada yang lain. Dalam konteks ojek online dan konvensional, ojek online mungkin memiliki akses yang lebih besar terhadap teknologi dan pasar melalui platform digital mereka, sementara ojek konvensional mungkin merasa terpinggirkan dan kehilangan kekuasaan dalam industri transportasi.

Kelas Sosial dan Eksploitasi

Marx membagi masyarakat kapitalis menjadi dua kelas utama: pemilik modal (borjuis) dan pekerja (proletar). Hubungan kaum proletary dan borjuis menurut pandangan Marx pada akhirnya akan melahirkan eksploitasi (Ferdiansa, 2024). Dalam situasi ojek, ojek online dapat dianggap sebagai representasi dari pemilik modal yang mengendalikan platform dan teknologi, sementara ojek konvensional sering kali menjadi proletar yang harus bergantung pada platform tersebut untuk mendapatkan pekerjaan, dengan potensi eksploitasi ekonomi yang mungkin terjadi.

Konflik antara Struktur dan Individu

Marx menekankan konflik antara struktur sosial yang ada dan individu-individu dalam masyarakat yang berusaha mempertahankan kepentingan mereka sendiri. Dalam situasi ojek, konflik terjadi antara struktur ekonomi yang mendukung pertumbuhan ojek online dan individu-individu, baik dari ojek online maupun konvensional, yang berjuang untuk mempertahankan keberlangsungan hidup mereka.

Teori konflik Max Weber juga relevan dalam konteks perselisihan antara ojek online dan ojek konvensional. Meskipun Weber memiliki pendekatan yang sedikit berbeda dari Marx, namun konsep-konsep dalam teorinya dapat membantu kita memahami dinamika konflik yang terjadi dalam situasi ini. Berikut adalah beberapa alasan mengapa teori konflik Max Weber relevan dalam situasi ini, Weber berbicara tentang bagaimana kelompok-kelompok sosial dibentuk berdasarkan kelas, status, dan kekuasaan. Dalam situasi ojek, ojek online dan konvensional mungkin membentuk kelompok sosial yang berbeda berdasarkan perbedaan status dan akses terhadap sumber daya ekonomi. Perbedaan ini dapat memperkuat perasaan identitas kelompok dan mengintensifkan konflik antara mereka. Weber juga membicarakan tentang konsep otoritas dan dominasi, yang mengacu pada kontrol yang dimiliki oleh kelompok atau individu atas sumber daya dan keputusan. Dalam konteks ojek, platform ojek online memiliki otoritas dan dominasi yang signifikan atas pasar transportasi daring, yang dapat menghasilkan konflik dengan ojek konvensional yang mungkin merasa dikuasai atau dieksploitasi.

Pertentangan antara Gaya Hidup

Weber menyoroti pertentangan yang muncul dari perbedaan dalam gaya hidup, nilai-nilai, dan kepentingan antara kelompok-kelompok sosial. Barang merupakan sumber dalam mengonstruksi identitas yang merefleksikan gaya hidup dan proses pencapaian status sosial (Rafiqurrahman, 2023). Dalam situasi ojek, perbedaan dalam pendekatan bisnis, aturan, dan keuntungan ekonomi antara ojek online dan konvensional dapat menyebabkan pertentangan yang terus-menerus antara kedua kelompok.

Tidak hanya dua filsuf yang memegang peranan penting dalam perkembangan ilmu sosiologi tersebut, ada salah satu filsuf kontemporer yang bergelut dalam kegelisahannya tentang pembagian kelas masyarakat modern yakni Ralph Dahrendorf. Ia berfokus pada pengembangan teori konflik kelas, dan inilah korelasi teori tersebut dengan isu yang sedang dibahas.

Perubahan Sosial

Dahrendorf menyoroti pentingnya perubahan sosial dalam memicu konflik antara kelompok-kelompok sosial. Ketegangan dapat terjadi pada setiap asosiasi yang sarat konflik berkaitan dengan struktur sosial dan mereka yang tunduk di dalamnya sehingga terdapat kepentingan yang disebut sebagai manifes ataupun laten (Zulfiani, dkk. 2022). Dalam industri transportasi, adopsi teknologi digital dan kemunculan platform ojek online telah mengubah lanskap bisnis secara signifikan, menciptakan ketidakpastian dan ketegangan antara ojek online dan konvensional yang mungkin merasa terancam oleh perubahan tersebut.

KESIMPULAN

Kemunculan perkembangan teknologi transportasi ojek online telah memberikan pengaruh dan dampak yang signifikan terhadap perilaku masyarakat yang ada di Bandar Lampung. Berdasarkan teori kognitif sosial, tiga faktor utama yang saling terkait yaitu faktor perilaku, faktor lingkungan, dan faktor personal memainkan peran penting dalam adaptasi masyarakat terhadap teknologi inovasi baru ini. Kemunculan ojek online sebagai faktor eksternal telah membentuk pengalaman baru bagi seseorang yang pada gilirannya mempengaruhi perilaku mereka. Teknologi ini memberikan kemudahan, efisiensi, dan kenyamanan yang tidak ditawarkan oleh ojek konvensional sehingga banyak individu beralih menggunakan ojek online. Ojek online telah menciptakan dominasi baru dengan adanya pemanfaatan teknologi dan akses pasar yang lebih luas sehingga ojek pangkalan merasa terpinggirkan.

REFERENSI

- Azizah, Ayu, and Popon R. Adawia. (2018). Analisis Perkembangan Industri Transportasi Online Di Era Inovasi Disruptif (Studi Kasus PT Gojek Indonesia). *Jurnal Khatulistiwa Informatika*, vol. 18, no. 2, 1, pp.149-156.
- Ferdiansa, D. (2024). Konflik antara Pete-pete (Angkot) dengan Transmaminasata (Teman Bus) di Kota Makassar: Analisis Konflik Karl Marx. *Cr! ses on Languages & Literature*, 1(2), 69-76.
- Hamid, E. S. (2017). *Disruptive Innovation: Manfaat Dan Kekurangan Dalam Konteks Pembangunan Ekonomi*. Retrieved Maret, 7, 2021
- Hardi, H., Handayani, S. R., & Sudirman, S. (2022). Pengaruh Penentuan Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Ojek Online Grab Di Kota Parepare. *DECISION: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 3(2), 196-201.

- Islamudin, N. F. (2024). Pengaruh Komunikasi Pemasaran dan Kualita pelayanan terhadap Loyalitas pelanggan Ojek online maxim pada mahasiswa Febi angkatan 2019-2020. *Business and Entrepreneurship Journal (BEJ)*, 5(1).
- Luwihono, A., Peranginangin, A. F., & Makanuay, A. (2020). Peningkatan Moda Transportasi Indonesia Era Digital Berbasiskan Sistem Cerdas. *ATDS SAINTECH JOURNAL OF ENGINEERING*, 1(2), 55-63.
- Nandi, N. (2010). Dampak Teknologi Informasi Terhadap Perubahan Struktur Kota dan Sistem Transportasi. *Jurnal Geografi Gea*, 10(2).
- Rafiqurrahman, M. A. (2023). Ekonomi Dan Perilaku Sosial; Studi Mengenai Uang Dan Pengaruhnya Terhadap Pola Konsumsi Dan Gaya Hidup Kelas Menengah Abangan Dan Santri Di Indonesia. *Al Qalam*, 11(1).
- Subagyo, S. Y., Muchsin, S., & Abidin, A. Z. (2019). Transportasi Online dan Perubahan Sosial dan Ekonomi Masyarakat (Studi Kasus Pada Driver Transportasi Online Di Kota Malang). *Respon Publik*, 13(4), 25-29.
- Sumartono, S. (2019). Dinamika perubahan sosial dalam teori konflik. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Bisnis*, 5(1), 1-17.
- Zuldin, M. (2019). Ketimpangan sebagai penyebab konflik: kajian atas teori sosial kontemporer. *TEMALI: Jurnal Pembangunan Sosial*, 2(1), 157-183.
- Zulfiani, Y. N., Farhana, N., & Oktavianingrum, W. (2022). Relevansi Teori Karl Marx Dan Ralf Dahrendorf Dalam Implementasi Omnibus Law Cipta Lapangan Kerja Sebagai Alat Perwujudan Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Dialektika Hukum: Jurnal Ilmu Hukum*, 4(1), 40-57.