

Persaingan Ojek *Online* Dengan Ojek Konvensional Terhadap Kepuasan Pelanggan

Asyifa Mufida

Universitas Singaperbangsa Karawang

Email: asyifamufida12@gmail.com

Pitaloka Wulandari

Universitas Singaperbangsa Karawang

Email: pitalokawulandari@gmail.com

Putri Jasmin Silvia

Universitas Singaperbangsa Karawang

Email: jasmines2710@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana kepuasan pelayanan pelanggan terhadap adanya ojek *online* yang sering digunakan dan terhadap ojek konvensional yang makin hari semakin berkurang peminatnya. Penelitian ini menggunakan metode fenomenologi kualitatif, yaitu penelitian kualitatif dengan paradigma konstruktivisme yang mengkaji penjelasan atas fenomena atau realitas yang tampak. Populasi penelitian ini adalah masyarakat umum atau pelanggan ojek tradisional dan *online*. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini yaitu wawancara, observasi dan dokumentasi. Sedangkan teknik analisis data, yang digunakan adalah analisis kualitatif dengan pendekatan teknik komparasi dan pendekatan deduktif. Dari hasil wawancara diketahui bahwa pelanggan yang sudah menggunakan ojek *online* maupun ojek konvensional, lebih banyak peminatnya yang menggunakan ojek *online* dibandingkan ojek konvensional. Terdapat lima orang memilih menggunakan ojek *online* dan dua orang tetap menggunakan ojek konvensional. Konsumen memilih berdasarkan kebutuhan mereka dengan mempertimbangkan keuntungan yang akan mereka dapatkan, seperti mempertimbangkan kecepatan dan tarif harga yang diberikan oleh ojek *online* dan ojek konvensional.

Kata Kunci: Aplikasi, Ojek Konvensional, Ojek, Ojek *Online*, Transportasi

Abstract

The purpose of this research is to find out how customer service satisfaction is related to online motorcycle taxis that are often used and to conventional motorcycle taxis whose demand is decreasing day by day. This study uses a qualitative phenomenological method, namely qualitative research with a constructivism paradigm that examines explanations of visible phenomena or realities. The population of this study is the general public or customers of traditional and online motorcycle taxis. Data collection techniques in this study are interviews, observation and documentation, meanwhile. Data analysis techniques, the authors use

qualitative analysis with a comparative technique approach and a deductive approach. The comparative approach is to compare conventional motorcycle taxi services and online motorcycle taxi services to customer satisfaction. From the results of the interviews, it known that customers who have used online motorcycle taxis and conventional motorcycle taxis are more interested in using online motorcycle taxis compared to conventional motorcycle taxis. There are 5 people choosing to use online motorcycle taxis and 2 people still using conventional motorcycle taxis. Consumers choose based on their needs by considering the benefits they will get, such as considering the speed and rates provided by online motorcycle taxis and conventional motorcycle taxis.

Keywords: *Applications, conventional motorcycle taxi, taxibike, online motorcycle taxi, transportation*

PENDAHULUAN

Perkembangan alat transportasi di Indonesia dari tahun ke tahun semakin canggih. Pada tahun 2015 Indonesia sudah mulai mengalami perubahan transportasi, yaitu dari transportasi konvensional ke transportasi *online*. Negara Indonesia adalah negara besar dimana transportasi berkembang dengan pesat. Kemudahan dalam berkendara mulai berkembang di Indonesia. Dengan adanya ponsel pintar yang dapat dengan mudah mengakses apapun, membuat berbagai perusahaan menggunakan kesempatan ini untuk mengembangkan aplikasi transportasi berbasis *online*. Hal ini dinilai sebagai daya tarik bagi masyarakat Indonesia untuk menggunakan transportasi *online*. Beberapa aplikasi *online* yang terkenal dan banyak digunakan di Indonesia diantaranya Go-jek, Grab, Uber, Mexim dan lain lain. Go-jek menjadi peringkat pertama sebagai aplikasi jasa transportasi *online* yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia.

Perubahan model transportasi umum menjadi berbasis *online* sangat menarik bagi masyarakat Indonesia. Ini menjadi salah satu pilihan komersial yang berfungsi sebagai alat transportasi. Lingkup sosial yang dimaksud dapat ditingkatkan dengan memasukkan bentuk komunikasi modern dalam kehidupan masyarakat. Kendati demikian, perusahaan yang berjalan di bidang transportasi *online* terus berupaya agar pelanggan menjadi nyaman dan memilih transportasi *online* menjadi satu satunya pilihan berkendara. Peralihan jasa pengguna transportasi dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu kecanggihan alat komunikasi dan adaptasi masyarakat terhadap perubahan teknologi komunikasi dan informatika.

Ekspektasi pelanggan terhadap kinerja pelayanan saat ini dijadikan sebagai standar pembandingan bagi bisnis jasa yang berkembang di era modern saat ini. Salah satunya adalah bisnis jasa transportasi roda dua khususnya ojek *online* yang saat ini telah menjadi kebutuhan

penting masyarakat Indonesia. Pelanggan memiliki harapan tentang layanan transportasi. Perbandingan terlihat antara ojek *online* yang menjemput penumpang dengan ojek tradisional yang menunggu penumpang.

Keberadaan layanan jasa ojek konvensional dan ojek memiliki kritikan pelayanannya masing-masing. Ojek konvensional memiliki pelayanan yang buruk yaitu pengemudi (*driver*) kurang ramah terhadap penumpang dan tarif yang ditentukan tidak sesuai jadi terasa mahal. Sedangkan kritik untuk ojek *online* yaitu adanya penolakan terhadap penumpang karena jarak yang terlalu dekat/jauh serta penumpang yang lama menunggu kedatangan *driver*. Namun dibalik kekurangan tersebut jasa transportasi ojek *online* memberikan banyak kontribusi pada penggunaannya. Ojek *online* bisa dengan cepat datang dan memudahkan masyarakat dalam mencari transportasi dengan cepat. Transportasi *online* juga membuka peluang pekerjaan bagi masyarakat mulai dari remaja, dewasa, hingga orang tua. Namun demikian, munculnya ojek *online* menimbulkan pro dan kontra serta memicu penurunan pendapatan angkutan umum yang tidak siap dalam persaingan ini. Hal ini menyebabkan penurunan penumpang ojek konvensional.

Adanya peralihan ini sering memicu perdebatan antara pengemudi konvensional (angkot, ojek pangkalan, taxi) dan pengemudi *online*. Hal yang memicu perdebatan adalah karena omset dari transportasi konvensional menurun drastis akibat persaingan. Artikel ini berfokus pada kontroversi antara ojek pangkalan dan ojek *online*. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana kepuasan pelanggan terhadap besarnya dampak kemunculan ojek *online* dan untuk menganalisis kepuasan pelayanan ojek *online* dan ojek konvensional terhadap konsumennya. Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan dari masalah ini adalah (1) bagaimana kepuasan pelanggan terhadap pelayanan ojek *online*?, (2) bagaimana kepuasan pelanggan terhadap ojek konvensional?, dan (3) bagaimana perbandingan tarif ojek *online* dan ojek konvensional?

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan konstruktivisme, khususnya eksplorasi subyektif yang memiliki keahlian dalam kekhasan atau faktor nyata yang tampaknya melihat klarifikasi di dalamnya. Penelitian kualitatif ini lebih menekankan pada kualitas daripada kuantitas, dan data yang dikumpulkan bukan dari kuesioner melainkan dari wawancara, observasi, dan dokumen resmi yang terkait dengan subjek.

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat atau konsumen yang menggunakan ojek *online* dan ojek konvensional. Sedangkan ukuran sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel dalam penelitian ini yaitu sebanyak 7 (tujuh) masyarakat yang telah menggunakan ojek *online* dan ojek konvensional. Teknik pemilihan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan estimasi atau kriteria tertentu yaitu hanya pelanggan yang menggunakan ojek *online* dan ojek konvensional. Alasan menggunakan teknik ini adalah untuk lebih menghemat biaya, tenaga, dan waktu. Observasi, wawancara, dan dokumentasi merupakan metode yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengumpulkan data. Penulis menggunakan analisis kualitatif dengan pendekatan komparatif dan deduktif dalam proses analisis data. Pendekatan komparasi yaitu membandingkan pelayanan ojek konvensional dan ojek *online* terhadap kepuasan pelanggan. Dan pendekatan deduktif, penulis menganalisis data dengan bersamaan melakukan proses pengumpulan data. Data dikumpulkan lalu dianalisis bersama sehingga menghasilkan data penelitian yang akurat.

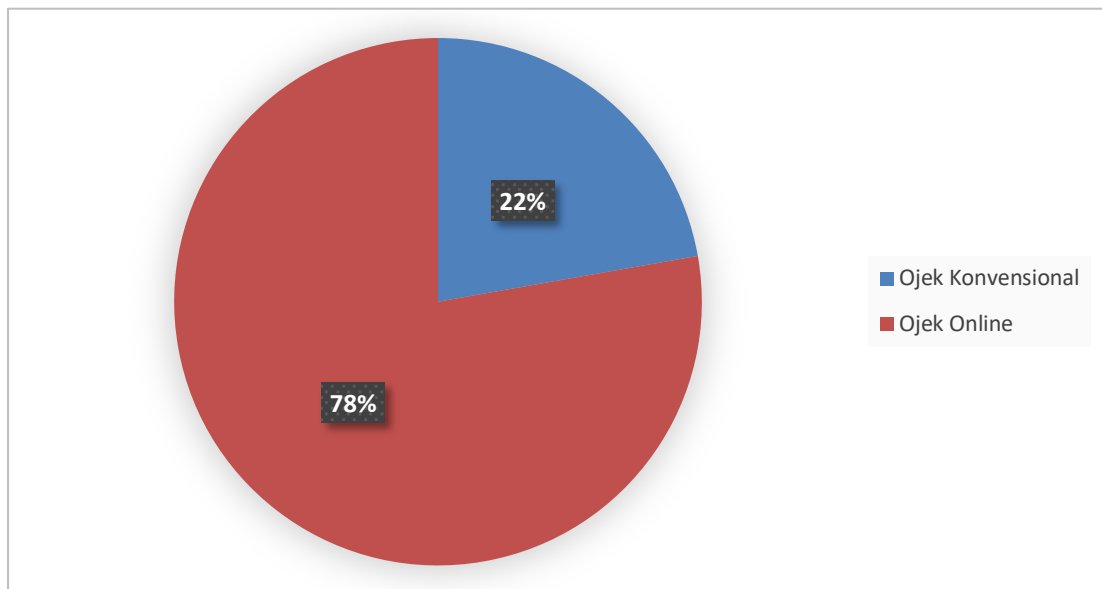
HASIL PENELITIAN

Data yang terkumpul dari wawancara yaitu sebanyak 7 (tujuh) pelanggan yang sudah menggunakan ojek *online* dan ojek konvensional selanjutnya diolah berdasarkan pada kemampuan penulis dalam menganalisis dan pengetahuan penulis mengenai teori yang berkaitan dengan subjek yang akan diteliti.

Dari hasil wawancara diketahui bahwa pelanggan yang sudah menggunakan ojek *online* maupun ojek konvensional, lebih banyak peminatnya yang menggunakan ojek *online* dibandingkan ojek konvensional. Terdapat 5 (lima) orang yang memilih menggunakan ojek *online* dan 2 (dua) orang tetap menggunakan ojek konvensional. Konsumen memilih berdasarkan kebutuhan mereka dengan mempertimbangkan keuntungan yang akan mereka dapatkan. Yakni pertimbangan kecepatan dan tarif harga yang diberikan oleh ojek *online* dan ojek konvensional. Pertimbangan tersebut memperlihatkan keuntungan dimasing-masing pelayanan yang diberikan ojek *online* dan ojek konvensional.

Berikut disajikan hasil wawancara terhadap 7 (tujuh) konsumen yang disajikan dalam bentuk grafik berdasarkan peminat pelanggan terhadap ojek *online* maupun ojek konvensional.

Gambar 1. Perbandingan Peminat Ojek *Online* dan Ojek Konvensional



Hasil wawancara 7 (tujuh) responden dengan pertanyaan (1) apakah anda lebih memilih menggunakan ojek *online* atau tetap menggunakan ojek Konvensional untuk saat ini, (2) menurut anda apa yang menjadi perbandingan antara ojek *online* dengan ojek konvensional, dan (3) apa yang menjadi daya tarik anda terhadap ojek *online* dan ojek konvensional. Nela, selaku responden pertama yaitu pelanggan yang memilih ojek *online*, menyampaikan hal berikut:

“Sejak saya tau adanya ojek *online* saya lebih memilih ojek *online*, Kalo ojek *online* itu lebih mudah dan kita yang di dijemput sama abangnya, Sedangkan Ojek konvensional itu rada susah kita harus nyari dulu dan datang ke pangkalannya dan kadang keamanannya belum terjamin saya pernah pengalaman digodain salah satu abang ojek pengkolan, dan yang menjadi daya tarik saya memilih ojek *online* karna ojek *online* lebih praktisi.” (Nela, wawancara, 23 Desember 2022)

Windi, selaku responden kedua, yang lebih memilih menggunakan ojek *online*, menyampaikan hal berikut:

“Saya Lebih memilih ojek *online* ka, ojek *online* bisa ngejemput di tempat yang kita pesen trus kita juga bisa pantau abang ojeknya dimana jadi ngejemputnya tidak dadakan, kalo ojek konvensional kan kita yang harus nyemperin, belum lagi kalo pas kita udah nyemperin, tukang ojeknya disana kosong. Kan cape-capein tenaga saja ya, alasannya saya memilih ojek *online* yaitu karena ojek *online* lebih mudah tinggal pesen lewat hp langsung di jemput di tempat sesuai pesanan tanpa mengurus waktu dan tenaga tapi harus tetap memiliki kesediaan kuota.” (Windi, wawancara, 23 Desember 2022)

Fahmi, selaku responden ketiga, yang lebih memilih menggunakan ojek konvensional, menyampaikan hal berikut:

“Kalo menurut saya mah ya walaupun sekarang udah zamannya ojek *online* saya tetap memilih ojek konvensional, saya juga ada beberapa langganan ojek pengkolan yang udah kenal jadi kalo pengen pergi, tinggal nelfon abang ojek deh, hitung-hitung membantu perekonomian abang ojek pengkolan yang kalah saing sama ojek *online* dan yang menjadi daya tarik saya tetap memilih ojek konvensional karena ojek *online* lebih modern sebenarnya bagus tapi saya tetap milih ojek konvensional aja karena lebih tradisional” (Fahmi, wawancara, 23 Desember 2022)

Nabila, selaku reponden keempat, yang lebih memilih menggunakan ojek *online*, menyampaikan hal berikut:

“Saya lebih pilih menggunakan ojek *online*, kalo ojek *online* itu menurut saya tarifnya lebih murah sedangkan ojek konvensional tarifnya lebih mahal, tapi walaupun gitu saya biasanya suka nambahin ke abang ojolnya, buat uang rokok sih biasanya terus yang menjadi daya tarik saya tetap memilih ojek *online* yaitu karna ojek *online* lebih hemat banyak diskon. Dan enak nya lagi bayarnya tidak harus selalu menggunakan cash saya bisa pake uang digital atau e-money buat bayarnya.” (Nabila, wawancara, 23 Desember 2022)

Ibu Santi, selaku responden kelima, yang lebih memilih menggunakan ojek *online*, menyampaikan hal berikut:

“Tadinya saya lebih memilih ojek pengkolan ya, tapi semenjak ada kejadian yang gaenak saya jadi pengen nyoba ngunain ojek *online*, sekarang saya udah tau cara pake aplikasi ojek *online* menurut saya adanya ojek *online* saya lebih suka menggunakan ojek *online*, Ojek *online* itu lebih nyaman aja sedangkan ojek konvensional kadang abang-abangnya suka bikin risih yang menjadi daya tarik saya tetap memilih ojek *online* karena ojek *online* lebih efisien. Dengan pelayanan yang bagus dan harga yang murah siapa yang mau nolak untuk pake jasa ojek *online* dizaman sekarang.” (Ibu Santi, wawancara, 23 Desember 2022)

Ibu Wiwin, selaku responden keenam, yang lebih memilih menggunakan ojek konvensional, menyampaikan hal berikut:

“Saya masih tetap nyaman menggunakan ojek konvensional, Ojek *online* itu harus pake hp soalnya saya ngga ngerti soal hp, kalo ojek konvensional kan enak tinggal datang aja ke pangkalan, saya juga udah kenal baik sama abang-abang ojek pengkolan di dekat rumah saya dan kalau saya menggnakan hp di jalan saat mau pesan gojek *online* pun takut karena banyak sekali kasus penjabretan saya kan juga gak bisa lawan, jadi saya lebih memilih ojek konvensional dibandingkan ojek *online*, lebih mudah dicari juga, kadang kalau pake ojek *online* saya gak tau yang mana yang jemput saya..” (Ibu Wiwin, wawancara, 23 Desember 2022)

Bapak Rudi, selaku responden ketujuh, yang lebih memilih menggunakan ojek *online*, menyampaikan hal berikut:

“Saya memilih Ojek *online*, Ojek *online* itu enak tinggal pesen aja dan nunggu di tempat, saya juga pengen ga ketinggalan zaman seperti anak muda zaman sekarang yang selalu gunai ojek *online* dan sedangkan ojek konvensional menurut saya kita harus nyari nyari pangkalan dulu

itu pun kalau ada. yang menjadi daya tarik saya karena ojek online itu gampang ada dimana-mana dan jemputnya juga cepet banget.” (Bpk Rudi, wawancara, 23 Desember 2022)

PEMBAHASAN

Alasan Transportasi *Online* jadi Pilihan Masyarakat

Keberadaan transportasi berbasis aplikasi ojek *online* berpotensi mengubah cara hidup masyarakat Indonesia secara signifikan dan memenuhi persyaratan sistem transportasi yang fleksibel dan efektif. Armada tiba di lokasi yang telah ditentukan setelah penumpang melakukan pemesanan melalui aplikasi *online* penyedia jasa ojek. Untuk mengakses layanan ojek tradisional, penumpang harus melakukan perjalanan ke pangkalan sebelum ada penumpang ojek. Sejak hadirnya ojek *online* di Indonesia keputusan memilih jasa transportasi *online* adalah solusi alternatif yang menjadi pilihan masyarakat, karena ojek *online* lebih banyak memiliki keunggulan dibandingkan ojek konvensional.

Beberapa faktor yang membuat konsumen lebih memilih jasa transportasi *online* karena dinilai lebih hemat waktu dan tenaga. Pelanggan bisa melakukan pembayaran non-tunai seperti menggunakan kartu kredit sehingga bisa mendapatkan promo cashback dan diskon lainnya. Transportasi *online* punya program loyalitas pelanggan, armada yang lebih banyak dari ojek konvensional, kenyamanan dan keamanan lebih terjamin dan lainnya. Transportasi *online* ini merupakan solusi atas sistem transportasi yang masih buruk sehingga membuat konsumen lebih banyak memilih menggunakan jasa transportasi *online*.

Selain itu, pilihan menggunakan ojek *online* disertai alasan masyarakat atas layanan keamanan dari aplikasi ini. Pengguna ojek *online* terutama perempuan tidak terlalu merasa khawatir akan adanya tindakan kriminal, pelecehan, dll. Hal ini dikarenakan para pengguna ojek *online* bisa melaporkan ketidaknyamanan mereka terhadap pengemudi ojek *online* ini ke *customer service* aplikasi yang digunakan. Pengemudi yang melanggar aturan perusahaan akan ditangguhkan akunnya sehingga pengemudi tidak bisa mengakses apapun dari aplikasi tersebut dan kontrak dengan perusahaan akan diputus. Sedangkan jika menggunakan ojek konvensional dan terjadi hal yang tidak diinginkan akan lebih susah untuk diproses.

Pro dan Kontra Transportasi *Online* dan Konvensional

Munculnya transportasi berbasis aplikasi telah menimbulkan pro dan kontra di dalam masyarakat. Hal itu menimbulkan kesadaran publik bahwa hidup otomatisasi itu merupakan solusi yang cepat dan tepat dalam mencapai suatu keinginan. Masyarakat telah memegang prinsip dengan sudut pandang "cepat dan tepat". Kehidupan masyarakat dipengaruhi oleh

fenomena ini dalam segala bidang. Keberadaan ojek atau jasa transportasi *online* merupakan salah satu hal yang menjadi fakta sosial dalam situasi seperti ini. Orang dewasa, remaja, dan dari segala usia menganggap transportasi *online* sebagai cara cepat dan akurat untuk bepergian setiap hari. Tentunya, transportasi *online* sangat nyaman dan bermanfaat bagi aktivitas masyarakat. Ide perubahan sosial selalu hadir di hadapan masyarakat, dan keadaan ini tidak bisa diabaikan.

Ojek *online* dan bentuk transportasi lainnya adalah hasil dari kemajuan teknologi yang semakin canggih dan inovatif. Ini merupakan bentuk perkembangan lain yang berkontribusi pada modernisasi masyarakat nasional dan internasional. Orang yang tidak dapat menerima modernisasi ini akan merasa bahwa transportasi berbasis internet adalah bentuk lain dari usaha bebas yang utama mencari keuntungan. Ojek *online* atau transportasi *online*, sebaliknya, akan digunakan oleh masyarakat modern untuk memenuhi tuntutan kehidupan yang serba cepat saat ini.

Prevalensi teknologi yang semakin maju di masyarakat diatur oleh hukum kausal. Harus ada pihak yang terbuka terhadap kehadirannya dan pihak yang menentang transformasi yang telah terjadi. Sebaliknya, orang yang belum bisa menerima Orang yang belum bisa beradaptasi dengan perubahan mengalami dampak negatif dan signifikan sebagai akibat dari dampak teknologi. Perkembangan kemudahan dan kenyamanan juga membuka peluang kerja baru bagi masyarakat. Namun, mereka yang masih ketinggalan teknologi adalah yang paling terpengaruh. Ini berarti bahwa mereka tidak mampu membeli alat teknologi yang diperlukan untuk mengakses pita lebar dan tidak memiliki keterampilan yang diperlukan, sehingga mereka tidak dapat memanfaatkan teknologi yang semakin maju.

Progress menunjukkan adanya kesenjangan digital serta kepemilikan modal sebagai bukti masih banyak masyarakat yang kurang akses. Kondisi ini sangat merugikan masyarakat khususnya tukang ojek tradisional, tukang becak, tukang angkot, dan lainnya yang bekerja di sektor informal dan berasal dari berbagai latar belakang sosial ekonomi bawah. Akibatnya, tukang ojek tradisional, tukang becak, dan sopir angkutan umum kesulitan mencari pekerjaan yang sesuai dengan kebutuhannya. Masalah utama yang berkembang adalah pendapatan yang menurun secara signifikan akibat kurangnya penumpang atau biaya sewa transportasi mereka. Keadaan tersebut dapat dianalogikan dengan umpama klasik "*the rich get richer, the poor more destitute*".

Banyaknya promosi yang dilakukan oleh transportasi *online* membuat para tukang ojek tradisional, tukang becak, dan lain sebagainya tersisih. Kebijakan yang disepakati diharapkan menguntungkan kedua belah pihak karena pemerintah menentang nasib mereka. Jika tidak segera diselesaikan, angka kemiskinan dan pengangguran akan meningkat. Masyarakat akan enggan untuk naik ojek tradisional karena sudah menjadi kebiasaan masyarakat memiliki prinsip hidup otomatisasi. Dengan alasan kemudahan, efektifitas, dan slogan “cepat dan tepat”, masyarakat akan enggan untuk menggunakan ojek tradisional yang tidak berbasis *online*. Untuk mendapatkan layanan mobilitas, cukup buka aplikasi, pesan, dan bayar tarif sesuai tarif di layar smartphone. Dalam keadaan ini, siapa yang bertanggung jawab? Tidak ada yang salah karena tukang ojek tradisional dan *online* sama-sama mencari kebutuhan hidup. Siapa pun yang mencari pekerjaan yang layak membutuhkan keterampilan, kepemilikan modal, dan jaringan diantara para pemilik modal itu sendiri untuk bertahan hidup di zaman yang terus berubah.

Perbandingan Tarif Penumpang antara Transportasi *Online* dan Transportasi Konvensional

Tarif harga menjadi salah satu faktor saing kuat antara ojek *online* dan ojek konvensional. Perbedaan harga juga mengalihkan masyarakat pengguna ojek konvensional beralih ke ojek *online*, karena harga ojek *online* cenderung lebih murah dibandingkan dengan harga ojek konvensional yang biasanya lebih mahal. Hal ini disebabkan karena ojek *online* memiliki aturan komponen biaya, yaitu biaya langsung dan biaya tidak langsung. Biaya langsung adalah yang dikeluarkan pengemudi, sedangkan biaya tidak langsung adalah biaya sewa penggunaan aplikasi paling tinggi sebesar 20%.

Biaya jasa yang sudah mendapatkan potongan biaya tidak langsung berupa biaya sewa pengguna aplikasi, perusahaan aplikasi menerapkan besaran biaya jasa baru batas bawah, biaya jasa batas atas, dan biaya jasa minimal berdasarkan sistem zonasi paling lambat 10 hari. Biaya jasa akan dievaluasi paling lama 1 tahun atau jika ada perubahan yang mempengaruhi kelangsungan usaha dan membuat biaya pokok berubah menjadi lebih dari 20%. Faktor tersebut menyebabkan tarif harga ojek *online* lebih murah, berbeda dengan ojek konvensional yang tidak dapat menentukan harga tarif tapi ditentukan dengan melakukan tawar menawar dengan supir terlebih dahulu. Transportasi *online* biasanya terkena tarif batas bawah Rp 3.500 per KM sedangkan batas atasnya Rp.6.000 per KM. Berbeda dengan tarif ojek konvensional yang memasang tarif Rp. 6.500 per KM, bahkan ada ojek konvensional

yang suka memberi tarif harga jauh lebih mahal. Maka dari itu masyarakat lebih memilih untuk menggunakan ojek *online*. Selain harga yang murah kenyamanan menjadi pilihan utama masyarakat.

Analisis

Konstruktivisme merupakan teori yang mengaggap bahwa kebenaran realitas sosial akan dapat dilihat dari hasil kontruksi sosial. Kebenaran suatu realitas sosial bersifat relatif dan teori konstruktivisme ini berasal dari piaget dari hasil penelitiannya. Konstruktivisme bagian dari teori teori kognitif. Teori kognitif memiliki suatu perbedaan terhadap cara pandang dari teori konstruktivisme, yaitu dengan cara pandang terhadap ojek *online* dan ojek konvensional. Dengan konstruktivisme ini peneliti akan cepat memiliki pengetahuan terhadap persaingan antara ojek *online* dengan ojek konvensional yang dibangun atas dasar realitas atau kenyataan yang terjadi didalam masyarakat. Penekanan pada teori ini bukan semata untuk membangun kualitas kognitif tapi pada proses tersebut untuk menemukan teori yang dibangun dari realitas sosial.

Penelitian dengan melakukan pendekatan konstruktivisme yaitu penelusuran yang memandang subjek aktif yang menciptakan struktur-struktur kognitif untuk berinteraksi dengan lingkungan saat turun ke lapangan serta menggali informasi yang diteliti. Hal penting pada teori konstruktivisme adalah bahwa proses penelitian harus mendapatkan penekanan, yakni perubahan ojek konvensional ke ojek *online*. Tujuan penggunaan pendekatan konstruktivisme adalah untuk mengetahui pro dan kontra pelanggan terhadap ojek *online* dan ojek konvensional, kepuasan pelanggan terhadap ojek *online* dan ojek konvensional, dan daya tarik pelanggan terhadap ojek *online* dan ojek konvensional.

Menurut pandangan teori konstruktivisme, subjek aktif akan menciptakan struktur-struktur kognitif saat proses interaksinya dengan lingkungannya tersebut. Dengan bantuan struktur kognitif, subjek tersebut akan menyusun pengertian realitasnya. Interaksi yang dilakukan akan terjadi sesuai realitas tersebut, lalu disusun melalui struktur kognitif yang diciptakan oleh subjek itu sendiri. Struktur kognitif harus dibuat sesuai dasar dari tuntutan lingkungan dan organisme yang sedang berubah. Proses penyesuaian diri dengan lingkungan terjadi terus-menerus melalui proses rekonstruksi. D

Dengan pengaplikasian wawancara kepada masyarakat terhadap perkembangan alat *transportasi* di indonesia yang semakin canggih, hampir 70% masyarakat lebih memilih menggunakan ojek *online*. Ojek konvensional mengalami banyak kehilangan pelanggan akibat

terjadinya persaingan dengan ojek *online*. Perbandingan keduanya yaitu: (1) Ojek *online* lebih mudah dan praktis dari ojek konvensional, (2) Ojek *online* lebih terjaga dan nyaman dari ojek konvensional, (3) Tarif ojek *online* lebih murah dan terjangkau dari ojek *online*.

Dari tiga perbandingan tersebut, terdapat beberapa faktor yang memengaruhi proses mengontruksi ojek *online* dan ojek konvensional tersebut. Teori Konstruksi realitas sosial masyarakat berlangsung dalam dua dimensi: realitas objektif yang dilakukan melalui eksternalisasi dan objektivasi, dan ada dimensi subjektif yang dilakukan melalui internalisasi. Jepletan eksternalisasi, objektivasi, dan asimilasi akan terus berlanjut secara argumentatif di arena publik. Akibatnya, realitas sosial mengacu pada konstruksi sosial yang diciptakan oleh manusia itu sendiri. Karena konstruksi sosial dan kebenaran relatifnya, ini menjadikan paradigma kebenaran sebagai realitas sosial. Realitas yang dianalisis oleh peneliti dalam penelitian ini adalah representasi persaingan antara ojek *online* dan ojek konvensional terhadap kepuasan pelanggan.

SIMPULAN

Kesimpulan dari hasil penelitian ojek *online* dan ojek konvensional terhadap kepuasan konsumen dalam paradigma konstruktivisme dengan menggunakan metode fenomenologi adalah, pelayanan ojek *online* yang pemesanannya menggunakan aplikasi pada smartphone memudahkan konsumen untuk dengan cepat mendapatkan kendaraan yang diinginkan. Transparansi identitas pengemudi serta rute ojek *online* membuat penumpang tidak khawatir. Ojek *online* memasang tarif dengan harga yang relatif murah mulai dari tarif paling murah 3.500 per/Km dan tarif teratas adalah 6.500 per/Km selain tarif yang lebih murah dibandingkan ojek konvensional, pelayanan yang bagus membuat para pelanggan merasa sangat nyaman menggunakan ojek *online*.

Pelayanan pada aplikasi ojek *online* menyediakan dua pilihan kendaraan bagi para konsumennya yakni sepeda motor dan mobil dengan berbagai ukuran. Ojek *online* juga bisa dengan mudah menemukan titik jemput kita dengan menggunakan GPS yang sudah terhubung dengan aplikasi. Dengan kepraktisan, kemudahan, kepercayaan, dan juga keamanan, ojek *online* menjadi pilihan lebih rasional bagi masyarakat. Munculnya ojek *online* disatu sisi menimbulkan kemudahan namun di sisi lain pengemudi ojek konvensional menjadi tergeser jauh oleh berbagai keunggulan yang disediakan ojek *online*. Hal tersebut menimbulkan konflik yang muncul diantara kedua pengemudi ojek ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Abbas Salim, H. A., (2008) *Manajemen Transportasi*, Jakarta: Penerbit Rajawali Pers.
- Adab, D. D. Eksistensi Transportasi Konvensional (Ojek) Dan Transportasi *Online* (Gojek) Terhadap Kenyamanan Pelanggan (Studi Komparatif Ojek Konvensional Dan Ojek *Online* Di Kota Palopo).
- Adisasmita, Rahardjo, (2013) *Manajemen Pembangunan Transportasi*, Penerbit Graha Ilmu
- Aini, W. C. (2018). *Strategi Brand Positioning Transportasi Online Di Kota Malang (Studi Pada Manajemen Ojek Baper)* (Doctoral Dissertation, University Of Muhammadiyah Malang).
- AKRIM, A. (2022). *Covid-19 Dan Kampus Merdeka Di Era New Normal (Ditinjau Dari Perspektif Ilmu Pengetahuan)*. Aksaqila Jabfung.
- Amajida, F. D. (2016). Kreativitas digital dalam masyarakat risiko perkotaan: Studi tentang ojek *online* "Go-Jek" di Jakarta. *Informasi*, 46(1), 115-128
- Angraini, P. A. (2018). *Studi Komparatif Pelayanan Taksi Online dan Taksi Konvensional Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Taksi Puspa Jaya di Bandar Lampung)* (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).
- Anindhita, W., Arisanty, M., & Rahmawati, D. (2016, November). Analisis Penerapan Teknologi Komunikasi Tepat Guna Pada Bisnis Transportasi Ojek *Online* (Studi pada Bisnis Gojek dan Grab Bike dalam Penggunaan Teknologi Komuniasi Tepat Guna untuk Mengembangkan Bisnis Transportasi). In *Prosiding Seminar Nasional INDOCOMPAC*.
- Anwar, A. A. (2017). *Online Vs Konvensional: Keunggulan dan konflik antar moda transportasi di Kota Makassar*. *ETNOSIA: Jurnal Etnografi Indonesia*, 220-246.
- Arla, B. Y., Efendi, A., & Hajia, M. C. (2022). Analisis Pemilihan Moda Transportasi Berbasis *Online* dan Konvensional di Kota Baubau. *SCEJ (Shell Civil Engineering Journal)*, 7(1), 34-40.
- Arrafi, S. R. (2021). *Analisis Tingkat Kepuasan Pelayanan Moda Transportasi Ojek Online Grab Dan Gojek Di Kota Tegal* (Doctoral Dissertation, Politeknik Keselamatan Transportasi Jalan).
- Astuti, M., MM, M., Suharyati, S. E., Rosali Sembiring, S. E., Nobelson, M. M., Ediwarman, S. E., ... & Manggabarani, A. S. (2021). *Book Chapter: Keunggulan Kompetitif UMKM Naik Kelas*. Deepublish.
- Benarkah Ada Persaingan Antara Ojek *Online* Dengan Ojek Pengkolan? - GridOto.com. (2022). Retrieved 26 December 2022, from <https://www.gridoto.com/read/221762186/benarkah-ada-persaingan-antara-ojek-online-dengan-ojek-pengkolan>
- Diprotes Gegara Pesan Ojol di Pangkalan Ojek, Aksi Ibu Ini Jadi Sorotan Warganet | merdeka.com. (2022). Retrieved 25 December 2022, from <https://www.merdeka.com/jabar/tuai-banyak-pujian-ibu-ibu-marah-ke-tukang-ojek-pangkalan-karena-hal-ini.html>

- Hardiyanti, S. A., Wari, W. N., & Romadi, A. S. (2019). Pengaruh Tarif terhadap Pemilihan Moda Transportasi *Online* dan Konvensional Di Kota Banyuwangi. *Unisda Journal of Mathematics and Computer Science (UJMC)*, 5(2), 1-10.
- Indonesia, D. (2022). Persaingan Ketat Pangsa Pasar Ojek *Online* di Indonesia. Retrieved 24 December 2022, from <https://dataindonesia.id/digital/detail/persaingan-ketat-pangsa-pasar-ojek-online-di-indonesia>
- Karim, K. (2018). Analisis Permintaan Taksi Konvensional Di Tengah Beroperasinya Taksi *Online* Di Kota Makassar. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi-Manajemen-Akuntansi*, 14(2), 101-112.
- Khotimah, N. Konstruksi Pemberitaan Kompas. com tentang Perlindungan Kerja Ojek *Online* Sebagai Moda Transportasi Pada Masa Pandemi Covid-19 (Bachelor's thesis, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Mengapa para ojek pengkolan tidak ingin beralih ke ojek daring padahal keuntungan yang didapatkan dari ojek daring lebih besar?. (2022). Retrieved 26 December 2022, from <https://id.quora.com/Mengapa-para-ojek-pengkolan-tidak-ingin-beralih-ke-ojek-daring-padahal-keuntungan-yang-didapatkan-dari-ojek-daring-lebih-besar>
- Miro, Fidel (2005) *Perencanaan Transportasi Untuk Mahasiswa, Perencana, dan Praktisi*, Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Mulyana, i. (2020). Alternatif pembiayaan koperasi dan ukm melalui kemitraan pasca pandemi covid-19.
- Nurainul Yakin, N. U. R. A. I. N. U. L. (2022). Eksistensi Transportasi Konvensional (Ojek) Dan Transportasi *Online* (Gojek) Terhadap Kenyamanan Pelanggan (Studi Komparatif Ojek Konvensional Dan Ojek *Online* Di Kota Palopo) (Doctoral Dissertation, Institut Agama Islam Negeri (Iain Palopo)).
- Ojek Pengkolan Goes to Ojek *Online*. (2019). Retrieved 25 December 2022, from <https://www.kompasiana.com/latifatussakinah1718/5d137d6b0d82304391176ac2/ojek-pengkolan-goes-to-ojek-online>
- Peta Persaingan Gojek, Grab, Maxim, dan AirAsia di Bisnis Ojek *Online* - Startup Katadata.co.id.(2022).Retrieved24December2022,<https://katadata.co.id/desyetyowati/digital/6363fde3ee2c6/peta-persaingan-gojek-grab-maxim-dan-airasia-di-bisnis-ojek-online>
- POPY, A. (2018). Resolusi Konflik Antara Pengemudi Transportasi *Online* Dengan Pengemudi Transportasi Konvensional (Studi Hambatan Struktural Penyelesaian Konflik antara Pengemudi Gojek, Pengemudi Angkutan Kota (Angkot), Pengemudi Ojek Pangkalan di Kota Padang) (Doctoral dissertation, Universitas Andalas).
- Pratiwi, D. A. Y. (2019). Strategi Adaptasi Ojek Konvensional Dalam Merespon Adanya Ojek *Online* Di Kota Surakarta.
- Pro kontra jasa ojek pangkalan dan ojek professional. Retrieved 26 December 2022, from <https://dailysocial.id/post/pro-kontra-jasa-ojek-pangkalan-dan-ojek-profesional>
- Putri, H. S., & Diamantina, A. (2019). Perlindungan Hukum Terhadap Keselamatan Dan

- Keamanan Pengemudi Ojek *Online* Untuk Kepentingan Masyarakat. *Jurnal Pembangunan Hukum Indonesia*, 1(3), 394.
- Ramdhani, J. (2022). Ada Konflik, Ojek *Online* dan Pangkalan di Tanah Abang Dimediasi Polisi. Retrieved 26 December 2022, from <https://news.detik.com/berita/d-3162067/ada-konflik-ojek-online-dan-pangkalan-di-tanah-abang-dimediasi-polisi>
- Sholihin, T. (2018). Analisis Pendapatan Sopir Angkutan Kota (Angkot) Sesudah Dan Sebelum Adanya Jasa Transportasi Ojek *Online* Di Kota Malang (Doctoral Dissertation, University Of Muhammadiyah Malang).
- Sirait, N. N., Reza, M., Ramaiah, A. K., & Suyudi, A. (2021). Ride Hailings Apps Enter in Competition with Ojek: Indonesia's Response to the Impact of Disruptive Innovation. In *The Digital Economy and Competition Law in Asia* (pp. 103-123). Springer, Singapore.
- Sjahrain, R. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Transportasi Ojek *Online* Gojek Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo. *Skripsi*, 1(931416075).
- Somawati, A. V., Adnyana, K. S., Darmawan, I. P. A., Dewi, N. P. D. U., Untara, I. M. G. S., Suadnyana, I. B. P. E., ... & Indrayasa, K. B. (2020). *Bali vs COVID-19: Book Chapters*. Nilacakra.
- Sulasmi, E., Sibuea, M. B., Eriska, P., & AirLangga, E. (2020). *Covid 19 & Kampus Merdeka Di Era New Normal*. Kumpulan Buku Dosen.
- Susanto, Astrid, S.,(1992). *Filsafat Komunikasi*, Jakarta: Bina Aksara
- Syafrino, A. (2017). Efisiensi Dan Dampak Ojek *Online* Terhadap Kesempatan Kerja Dan Kesejahteraan.
- Tumuwe, R., Damis, M., & Mulianti, T. (2018). Pengguna ojek *online* di kalangan mahasiswa Universitas Sam Ratulangi Manado. *HOLISTIK, Journal Of Social and Culture*.
- Wahyudin, W. W. Kontestasi antara angkutan pete-pete dengan angkutan gojek dan grab di kota makassar. *Phinisi Integration Review*, 5(1), 158-168.
- Watung, M. P., Rotinsulu, D. C., & Tumangkeng, S. Y. (2020). Analisis Perbandingan Pendapatan Ojek Konvensional Dan Ojek *Online* Di Kota Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 20(03).
- Widhiasthini, N. W., & Subawa, N. S. (2019). Sisi Lain Praktek Transportasi *Online* Sebagai Transformasi Ekonomi Politik Di Era Revolusi Industri 4.0. *Public Administration Journal of Research*, 1(4).
- Widyastuti, R. (2022). Pengamat: Tarif Ojol Kini Lebih Tinggi dari Ojek Pengkolan, Tapi Dibebani Biaya Komisi. Retrieved 25 December 2022, from <https://bisnis.tempo.co/read/1636310/pengamat-tarif-ojol-kini-lebih-tinggi-dari-ojek-pengkolan-tapi-dibebani-biaya-komisi>
- Wijoyo, H. (2021). *Transformasi Digital Dari Berbagai Aspek*. Insan Cendekia Mandiri.