

KONTROVERSI TRANSPORTASI ONLINE SEBAGAI DASAR PEMBENAHAN FASILITAS LAYANAN PENUMPANG BAGI PELAKU BISNIS TRANSPORTASI DI SURABAYA

Pontjo Bambang Mahargiono¹, Krido Eko Cahyono²

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomis, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomis Indonesia (STIESIA) Surabaya
Jl. Menur Pumpungan No.30 Surabaya - Telp. (031) 5947505
E-mail: kridoeko@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi kontroversi alasan yang melatarbelakangi transportasi konvensional di tengah adanya layanan transportasi Online di Kota Surabaya. Penelitian ini bersifat kualitatif, menggunakan pendekatan fenomenologi. Teori yang dipakai adalah teori pilihan rasionalitas dan tindakan sosial. Hasil penelitian ini menunjukkan transportasi konvensional dalam melakukan tindakan mempertahankan dengan adanya transportasi online memiliki preferensi nilai. Terdapat tiga klasifikasi nilai yang menjadi motif transportasi konvensional dalam mempertahankan eksistensi di tengah adanya transportasi online, diantaranya adalah : nilai ekonomis (pendapatan menjadi transportasi konvensional lebih menjanjikan daripada menjadi transportasi online), nilai kebersamaan (Transportasi konvensional lebih mengutamakan kerukunan dan gotong royong), dan nilai bargaining (bargaining negosiasi tarif sehingga lebih memberikan kebebasan penumpang untuk menawar harga).

Kata Kunci : Rasionalitas, Transportasi Online, Transportasi Konvensional

1. PENDAHULUAN

Peningkatan jumlah sarana angkutan yang tidak diikuti dengan perluasan jaringan jalan juga telah semakin menambah kemacetan dan dampak lingkungan yang lain. Untuk tetap mendukung mobilitas manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya di tengah kondisi kemacetan, sarana transportasi yang sesuai perlu dikembangkan, yaitu berupa layanan transportasi yang dapat menjangkau pada saat kondisi jalan yang padat dengan kendaraan. Transportasi online memberikan solusi alternatif transportasi di tengah padatnya kendaraan agar cepat dan bisa menjangkau tempat yang kemungkinan tidak bisa dijangkau oleh kendaraan umum lainnya. Transportasi konvensional biasanya hanya bisa ditemukan di pangkalan saja, sehingga tidak bisa dipesan sewaktu kita membutuhkannya dengan mendadak.

Saat ini sedang terjadi sebuah revolusi kreatif di bidang layanan transportasi. Semuanya dipelopori oleh gadget, alat komunikasi yang saat ini mengalami perkembangan yang sangat pesat, semua telah terakomodasi dalam satu genggam saja. Dulu, apabila kita memerlukan layanan transportasi, seperti taksi, kita harus menelepon terlebih dahulu, dan apabila memerlukannya harus jalan menuju pangkalan, kemudian kini tinggal menekan tombol pada layar smartphone, transportasi online langsung datang menemui kita dan siap mengantarkan sesuatu dengan tujuan dan tanpa perlu negosiasi masalah tarif, oleh karena itu mereka beralih kepada transportasi online yang telah terorganisir dan lebih terkini, misalnya *Uber dan Gojek*, Grab, Uber online yang saat ini menjadi sorotan masyarakat. *Uber dan Gojek*, Grab, dan Uber adalah penyedia jasa transportasi online yang terintegrasi dengan smartphone kita. Kita bisa memanggilnya hanya dengan sentuhan jari, bisa melakukan pembayaran juga via aplikasi, bahkan *Uber dan Gojek* bisa digunakan untuk mengirim barang atau delivery makanan. *Uber dan Gojek* telah mewarnai transportasi di berbagai kota-kota besar di Indonesia misalnya di Surabaya. Kurang lebih satu tahun terakhir ini *Uber dan Gojek* telah hadir dan diterima di tengah masyarakat, walaupun sempat terjadi konflik antara *Uber dan Gojek* dan ojek pangkalan, diakibatkan penumpang ojek pangkalan berkurang karena pelanggannya beralih ke jasa ojek virtual atau *Uber dan Gojek*.

Persaingan antara kedua penyedia layanan transportasi konvensional (ojek pangkalan) dan virtual (*Uber dan Gojek* Online) akhir-akhir ini banyak diberitakan di media massa, dengan permasalahan *Uber dan Gojek* Vs Ojek, seperti yang sudah kita ketahui sebelumnya, pemukulan-pemukulan yang terjadi pada sopir *Uber dan Gojek* sudah sering terjadi di berbagai kota di Indonesia yang menyediakan layanan *Uber dan Gojek*. Bahkan pernah yang menjadi korban adalah warga biasa. Dari berita yang sudah lama beredar di situs-situs berita online, pemukulan terhadap sopir *Uber dan Gojek* ini umumnya dilakukan oleh para pengendara ojek pangkalan yang memang merasa tersaingi dan tercuri lahan tempat mereka mencari penghasilan. Walaupun banyak para sopir ojek yang menjadi tersangka pemukulan berhasil diamankan, konflik antara ojek pangkalan dan *Uber dan Gojek* semakin hari semakin memanas saja.

Uber dan Gojek lahir karena adanya permasalahan. Masalah transparansi harga, masalah keamanan dan kepastian dari pengemudi kendaraan, masalah ketersediaan helm, hingga berbagai masalah lainnya yang dialami konsumen. Dari situlah *Uber dan Gojek* muncul untuk memberikan solusi. Tidak hanya untuk konsumen, masalah juga terjadi di kalangan tukang ojek sendiri. Waktu menunggu di pangkalan harusnya bisa lebih

produktif. Jika hanya menunggu di pangkalan, tukang ojek hanya bisa bekerja ketika gilirannya tiba dan ketika ada orderan. Padahal, bisa saja ada lokasi dimana di pangkalan tersebut kosong sedangkan ada orderan. Atau bisa saja tukang ojek itu melakukan hal lain yang lebih produktif ketika tidak ada penumpang. *Uber dan Gojek* hadir untuk menyelesaikan masalah tersebut.

Keberadaan layanan transportasi *Uber dan Gojek* di perkotaan di samping memberikan manfaat bagi masyarakat dalam melakukan mobilitas juga berdampak pada pada ojek pangkalan. Karena adanya *Uber dan Gojek* ruang-ruang publik ojek pangkalan semakin berkurang, akhirnya tukang ojek pangkalan ikut bergabung dengan *Uber dan Gojek*, karena dianggap *Uber dan Gojek* dianggap lebih banyak menarik penumpang. Tetapi tidak semua tukang ojek pangkalan mau bergabung dengan *Uber dan Gojek*, seperti yang yang dilansir oleh Tempo.co Jakarta. Jasa layanan angkutan ojek sepeda motor berbasis aplikasi di telepon seluler seperti *Uber dan Gojek* dan Grab Bike, semakin diminati oleh transportasi konvensional berkat tawaran penghasilan yang lebih tinggi. Namun tawaran tersebut ternyata tidak membuat sejumlah pengemudi ojek pangkalan mau bergabung.

Layanan angkutan ojek sepeda motor berbasis telepon seluler seperti *Uber dan Gojek* dan Grab Bike memberikan peluang bagi pengemudi ojek untuk mendapatkan pelanggan di lokasi mana saja tanpa terikat pangkalan. *Uber dan Gojek* di laman resminya menyatakan bahwa seluruh calon pengemudi *Uber dan Gojek* akan mendapat pelatihan menyeluruh mulai penggunaan telepon seluler hingga keamanan mengemudi. Selain itu pengemudi akan mendapat pembagian keuntungan sebesar 80 persen untuk pengemudi dan 20 persen untuk perusahaan, termasuk bonus saat mencapai target tertentu (Paradipta :2015).

Beberapa alasan orang memilih untuk bergabung dengan *Uber dan Gojek* karena *Uber dan Gojek* menawarkan untung yang lebih, tetapi hal itu tidak dirasakan oleh beberapa orang yang dijelaskan di atas, karena mereka menganggap penghasilan mereka harus di bagi dengan perusahaan *Uber dan Gojek*. Catatan kritis terhadap *Uber dan Gojek* adalah pada cara kerjanya yang dianggap mengabaikan tatanan mapan yang sudah terbangun di banyak pangkalan ojek. Guyub, sistem antri, kebersamaan, adalah poin-poin yang ditonjolkan untuk memperlihatkan betapa pangkalan ojek ini sesungguhnya sangat sosialistik, namun kini mereka benar-benar sedang dihancurkan secara sistematis. Tetapi, keguyuban dan kebersamaan para tukang ojek konvensional bukan tanpa cacat. Mendengar pengalaman asal getok harga membuat saya berpikir kembali apakah benar ojek pangkalan memiliki empati, kebersamaan terhadap sesama kelas sosialnya. Memberikan harga seenak udel kepada orang yang benar-benar membutuhkan jasanya bagi saya adalah sebuah sikap kapitalistik, eksploitatif. Padahal tidak sedikit dari para pengguna jasa ojek konvensional adalah kelas kere atau kelas menengah yang ga kaya-kaya amat. Tapi apa mau dikata, logika mencari keuntungan para ojek pangkalan kadung dikuasai oleh kehendak untuk mencari keuntungan sebesar-besarnya. Khas kapitalis. Keguyuban dan kebersamaan tukang ojek hanya berlaku bagi komunitasnya, tapi tidak berlaku bagi orang-orang di luar mereka. Kendati tidak semua tukang ojek begitu, namun yang picik lebih sering kelihatan daripada yang baik (Putra : 2015).

Ojek pangkalan dan *Uber dan Gojek*, dan layanan sejenis, sama-sama kapitalistik, tapi pada derajat yang berbeda. Jadi sebenarnya tak ada beda antara ojek konvensional dengan *Uber dan Gojek*: sama-sama berwatak eksploitatif. Yang membedakan hanyalah, yang satu terorganisir dalam skala kecil dan tidak menyeluruh, sementara yang lain, sangat terorganisir, sangat tersistematis dan menyeluruh. Tidak heran karena memang keduanya berkompetisi dalam sistem kapitalisme.

Untuk memperoleh layanan *Uber dan Gojek* di Kota Surabaya sangatlah mudah karena bagi pengguna smartphone bisa menjangkaunya tanpa harus bertatap muka terlebih dahulu. Pengguna layanan transportasi ini tentunya lebih besar, dan adanya layanan *Uber dan Gojek* akan membawa warna baru diantara berbagai layanan transportasi khususnya di Kota Surabaya. Tetapi di sisi lain keberadaan *Uber dan Gojek* membuat ruang publik ojek pangkalan menjadi terancam, karena *Uber dan Gojek* secara pengelolaannya lebih terorganisir dan berbasis teknologi melalui smartphone, jadi penumpang tanpa perlu bernegosiasi masalah tarif dan tanpa menemui di pangkalan ojek, dari berbagai fenomena persaingan yang terjadi diantara keduanya membuat peneliti tertarik untuk mengakat permasalahan tersebut sebagai fokus penelitian dengan judul “Kontroversi transportasi online sebagai dasar pembenahan fasilitas layanan penumpang bagi pelaku bisnis transportasi di Surabaya”.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif, karena permasalahan dalam penelitian ini bersifat kompleks, dinamis dan penuh makna, sehingga peneliti bermaksud untuk memahami situasi sosial secara mendalam. Selain itu metode kualitatif ini digunakan karena pertama, Metode kualitatif lebih mudah apabila berhadapan dengan kenyataan ganda. Kedua, metode ini menyajikan secara langsung hubungan antar peneliti dengan subyek. Ketiga, metode ini lebih peka dan lebih dapat menyesuaikan diri dengan banyak penajaman pengaruh bersama terhadap pola nilai yang dihadapi (Lexy : 2002).

Metode dalam pemilihan subyek menggunakan teknik purposive, yaitu subyek penelitian ditentukan berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu yang diambil berdasarkan tujuan penelitian, yakni untuk mengetahui rasionalitas ojek pangkalan dan transportasi online seperti *Uber dan Gojek* di Kota Surabaya.

Teknik purposive sampling disini dipakai dikarenakan agar peneliti mendapat kemudahan memperoleh informan.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan data primer dan data skunder. Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari sumbernya baik dari hasil obsevasi maupun wawancara. Data primer diperoleh secara langsung dari para tukang ojek pangkalan di sekitar terminal Bratang Kota Surabaya. Menurut Bungin Proses *in-depth interview* yang dilakukan oleh peneliti dimulai dengan melakukan tahap getting ini, agar mendapatkan *trust* dari subjek penelitian sehingga memudahkan mendapatkan informasi untuk proses pengumpulan data. Model analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis deskriptif. Analisis data kualitatif memberikan hasil penelitian untuk memperoleh gambaran terhadap proses yang diteliti dan juga menganalisis makna yang ada di balik informasi, data dan proses tersebut. Analisis data kualitatif tidak sekedar menjelaskan fenomena yang ada, melainkan ruh yang terkandung, maksudnya menjelaskan makna yang ada dalam lapangan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Para tukang ojek pangkalan di terminal Bratang Surabaya yang masih bertahan di tengah adanya layanan transportasi *Uber dan Gojek* di Surabaya hingga saat ini. Tujuan yang ingin dicapai oleh para tukang ojek tidak lain adalah untuk mempertahankan eksistensi mereka sebagai transportasi konvensional di tengah adanya *Uber dan Gojek* di Kota Surabaya. Tindakan ojek yang mempertahankan eksistensi di tengah adanya *Uber dan Gojek* mempunyai beberapa tujuan yang ingin mereka capai, namun dalam pencapaian kepentingan mereka diperlukan suatu sumber daya yang mampu mereka kontrol, beberapa sumber daya tersebut diantaranya adalah :

1. Jumlah anggota ojek yang masih bertahan

Beberapa anggota ojek yang masih bertahan di terminal Bratang membuktikan adanya sumber daya yang telah dimiliki dalam melakukan sebuah tindakan yang didasarkan motif. Ojek memiliki kepentingan, yaitu untuk bertahan di tengah adanya *Uber dan Gojek* di Surabaya. Oleh karena itu agar kepentingan mereka dapat terealisasi, maka perlu kontrol terhadap sumber daya yang mereka miliki. Menurut Mohamad, selaku ketua ojek pangkalan di terminal Bratang, mengaku jumlah anggota ojek pangkalan di terminal Bratang saat ini berjumlah 55 orang. Namun tiga diantaranya telah bergabung menjadi anggota *Uber dan Gojek*, dan beberapa diantaranya sudah jarang mangkal. Tetapi keberadaan mereka di terminal Bratang dengan jumlah yang tidak sedikit menunjukkan bahwa mereka memiliki sebuah sumber daya untuk bertahan di tengah persaingan penyedia layanan transportasi yang beragam saat ini.

2. Pasar / Pelanggan tetap

Sebelum adanya *Uber dan Gojek*, ojek telah banyak membantu masyarakat dalam melakukan perpindahan, ojek dianggap lebih cepat dan terjangkau. Ojek bisa mengantarkan penumpang ke suatu tempat yang letaknya tidak bisa dijangkau oleh kendaraan umum lainnya, sehingga masyarakat memilih menggunakan ojek pangkalan. Masyarakat masih memanfaatkan layanan ojek pangkalan, dengan alasan tarif ojek pangkalan yang bisa ditawarkan sesuai kesepakatan jarak tempuh, sehingga ojek pangkalan cenderung tarifnya lebih murah daripada *Uber dan Gojek* karena mempunyai tarif yang sudah ditetapkan sesuai dengan ketentuan perusahaan *Uber dan Gojek*. Dengan adanya hal tersebut maka, tidak ada proses negosiasi tarif antara penumpang dengan pengemudi *Uber dan Gojek*. Hal tersebut menunjukkan bahwa ojek pangkalan masih memiliki pasar yang merepresentasikan sebuah sumber daya. Jadi, ojek pangkalan mampu mengontrol sumber daya yang mereka miliki untuk merealisasikan tujuannya.

3. Adanya tempat / Pangkalan

Dikatakan sebagai ojek pangkalan karena ojek memiliki pangkalan khusus yang menjadi tempat berkumpulnya tukang ojek, misalnya di pasar, halte bus, terminal, stasiun dan tempat-tempat keramaian lainnya. Terminal Bratang merupakan tempat berkumpulnya angkutan umum / lyn dan bus kota, sehingga tempat tersebut selalu ramai oleh masyarakat yang ingin bepergian. Hal tersebut dimanfaatkan oleh para ojek untuk mencari penumpang. Oleh sebab itu ojek memilih terminal untuk dijadikan pangkalan tetap mereka. Sedangkan *Uber dan Gojek* sebagai penyedia layanan transportasi modern tidak memiliki pangkalan khusus seperti ojek konvensional, maka menurut tindakan rasionalitas Coleman, ojek sebagai sumber daya yang mampu dikontrol berdasarkan sebuah motif atau tujuan agar kepentingannya bisa terpenuhi dan bisa terealisasi. Jenis Rasionalitas Ojek Pangkalan dalam Mempertahankan Eksistensi di Tengah Adanya *Uber dan Gojek*. :

1. Rasionalitas Instrumental

Rasionalitas instrumental yaitu tindakan sosial yang melandaskan diri kepada pertimbangan manusia yang rasional ketika menanggapi lingkungan eksternalnya dan ketika menanggapi orang-orang lain di luar dirinya dalam rangka usahanya untuk memenuhi kebutuhan hidup. Tindakan rasional instrumental pada tukang ojek yang mempertahankan eksistensinya yaitu berdasarkan kebutuhan ekonomis oleh keluarga tukang ojek. Ojek pangkalan sebagai pekerjaan utama mereka sekaligus mereka sebagai tulang punggung keluarga sehingga mengharuskan mereka untuk mendapatkan penghasilan guna mencukupi kebutuhan sehari-hari keluarga mereka. Selain itu mereka tidak memiliki keahlian dalam bidang pekerjaan lain, sehingga mereka tidak memiliki alternatif pekerjaan lain. Selain itu keterbatasan tingkat pendidikan yang dimiliki membuat penghalang mereka untuk bekerja di bidang lain, sehingga mereka merasa tidak ada pekerjaan lain yang bisa ia lakukan selain bertahan di tengah adanya persaingan layanan transportasi seperti *Uber dan Gojek*.

2. Rasionalitas Nilai

Pada penelitian ini rasionalitas nilai menunjukkan bahwa ojek pangkalan dalam mempertahankan eksistensi mereka di tengah adanya *Uber dan Gojek* berdasarkan pertimbangan nilai-nilai. Keberadaan layanan transportasi *Uber dan Gojek* yang berbasis smartphone dan tidak adanya sistem antrian seperti halnya ojek pangkalan, *Uber dan Gojek* dalam menarik penumpang menggunakan aplikasi yang ada di smartphone, jadi ketika mendapat orderan dari penumpang, maka driver *Uber dan Gojek* akan memperoleh pemberitahuan melalui smartphone milik para driver *Uber dan Gojek* yang berada di sekitar tempat calon penumpang (si Peng-order) yang jumlahnya mungkin lebih dari satu, sehingga para driver *Uber dan Gojek* harus cepat meng-accept order-an dari pelanggan, sehingga driver yang cepat meng-accept maka akan mendapatkan penumpang. Sedangkan pada ojek pangkalan, untuk mendapatkan penumpang tukang ojek cukup berada di pangkalan menunggu penumpang yang ingin menggunakan jasanya, dan terkadang tukang ojek harus menawarkan jasanya kepada orang yang lewat di sekitar pangkalanannya.

Selain itu, para tukang ojek pangkalan tidak harus bekerja keras dalam mendapatkan penumpang, karena dalam kelompok ojek ini ketika ada anggotanya yang belum menarik penumpang / belum mendapatkan penumpang, maka anggota ojek lainnya ketika memperoleh calon penumpang akan memberikan kesempatan pada anggota lainnya yang belum mendapat penumpang untuk mengantarkan calon penumpang tersebut. Karena dalam kelompok ojek pangkalan terminal Bratang mengutamakan kerukunan dan kebersamaan yang kuat diantara anggotanya, nilai-nilai itulah yang membuat ojek pangkalan melakukan tindakan bertahan di tengah adanya *Uber dan Gojek* di kota Surabaya. Nilai Kebersamaan antar anggota ojek pangkalan terbukti ketika ada beberapa anggota ojek ada yang tertimpa musibah maka seluruh anggota ojek akan memberikan bantuan dengan menarik iuran dari seluruh anggota ojek. Hal itu menunjukkan bahwa ada beberapa nilai-nilai yang mereka pertimbangkan ketika melakukan suatu tindakan, diantaranya nilai kebersamaan, dan nilai religius.

3. Rasionalitas Afeksi

Rasionalitas afeksi yaitu tindakan sosial yang dibuat-buat, suatu tindakan sosial yang timbul karena dorongan atau motivasi yang sifatnya emosional, meliputi perasaan atau apa yang dialami. *Uber dan Gojek* memberikan tarif minimal Rp 20.000 berlaku untuk rentang jarak 1 – 15 Km, misalkan untuk jarak 5 Km dengan jarak 10 Km tarifnya sama, sedangkan menjadi Ojek pangkalan mengakui bahwa, masalah tarif semua bisa di nego asalkan ada kesepakatan, jadi jauh dekat tidak mungkin menerapkan tarif yang sama.

Beberapa anggota ojek di terminal Bratang mengakui bahwa masih ada penumpang yang lebih percaya dengan ojek pangkalan, terbukti mereka masih memiliki pelanggan tetap / penumpang langganan. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat tidak sepenuhnya beralih ke ojek online, seperti *Uber dan Gojek*. Beberapa masyarakat masih mengandalkan jasa ojek konvensional di tengah adanya ojek yang berbasis teknologi smartphone, karena alasan kepercayaan. Mereka mengkhawatirkan penumpang langganannya apabila tukang ojek pangkalan bergabung dengan *Uber dan Gojek*, maka mereka akan mengecewakan pelanggan tetap mereka, karena tarif *Uber dan Gojek* sudah bukan berdasarkan tawar-menawar, tetapi sudah ada ketetapan dan regulasi tersendiri, sehingga pelanggan tetap mereka nantinya akan kecewa.

Kekhawatiran akan mengecewakan penumpang jika ojek konvensional beralih menjadi *Uber dan Gojek* ini menunjukkan bahwa rasionalitas mereka dalam mempertahankan eksistensi di tengah adanya *Uber dan Gojek* tergolong rasionalitas afeksi, karena adanya dorongan atau motivasi yang sifatnya emosional meliputi perasaan akan kekecewaan masyarakat terhadap mereka.

4. Rasionalitas *Bargaining*

Rasionalitas *bargaining* adalah suatu tindakan yang didasarkan kepada kebiasaan-kebiasaan, tindakan sosial yang didorong dan berorientasi kepada bargaining masa lampau pengalaman sebelumnya. Ojek pangkalan terminal Bratang tetap bertahan di tengah adanya layanan *Uber dan Gojek* berlandaskan rasionalitas *bargaining*. Tindakannya didasarkan akan bargaining ojek pangkalan yang telah ada sebelumnya. Beberapa hal yang membedakan ojek pangkalan dengan *Uber dan Gojek* adalah pangkalan. Ojek konvensional memiliki pangkalan khusus yang berada di pusat-pusat keramaian. Ojek di terminal Bratang telah ada sejak terminal Bratang berdiri, mereka menjadikan Terminal Bratang sebagai tempat untuk mereka mangkal dan menunggu penumpang. Sehingga penumpang yang ingin menggunakan jasa ojek konvensional akan mencari di pangkalan mereka. Sedangkan pada transportasi *Uber dan Gojek*, penumpang yang ingin menggunakan jasa *Uber dan Gojek* harus memesan melalui aplikasi yang ada di smartphone terlebih dahulu. Sehingga *Uber dan Gojek* tidak memiliki pangkalan khusus dan mereka selalu berpindah-pindah.

Selain adanya pangkalan khusus, yang menjadi ciri khas ojek konvensional adalah adanya tawar-menawar tarif antara ojek dan calon penumpangnya, ketika harga / tariff yang di patok oleh tukang ojek dirasa kurang setuju maka calon penumpang akan menawar sesuai dengan yang diinginkan, sampai memperoleh tarif yang disepakati diantara ojek dan calon penumpang dan hal ini telah menjadi kebiasaan yang terjadi turun-temurun. Tindakan yang dilakukan ojek konvensional bertahan di tengah adanya *Uber dan Gojek* di Kota Surabaya didasarkan oleh kebiasaan-kebiasaan yang berorientasi masa lampau, seperti proses negosiasi tarif dengan penumpang dan tentunya berbeda dengan *Uber dan Gojek* yang memberikan tarif yang tetap dan tidak bisa ditawar seperti halnya ojek pangkalan.

Rasionalitas Ojek Konvensional berdasarkan nilai Berikut adalah motif / tujuan aktor dalam melakukan tindakan berdasarkan nilai :

1. Nilai ekonomis : *Uber dan Gojek* memberikan standar tarif yang pasti, namun tarif tersebut bukanlah milik driver *Uber dan Gojek* sepenuhnya, namun masih dipotong sebagian untuk perusahaan penyedia layanan *Uber dan Gojek*, sedangkan penghasilan ojek konvensional sepenuhnya adalah milik ojek sendiri, sehingga secara ekonomis, menjadi ojek konvensional hasilnya lebih menjanjikan daripada bergabung menjadi *Uber dan Gojek*.

2. Nilai Kebersamaan : Gotong royong dan saling membantu antar sesama anggota ojek pangkalan yang sedang tertimpa musibah, dan saling berbagi mengantarkan penumpang dengan anggota lain yang belum mendapatkan penumpang, sedangkan pada *Uber dan Gojek* sistemnya adalah "siapa cepat, dia dapat", sehingga anggota *Uber dan Gojek* harus bekerja keras untuk memantau smartphone jikalau mendapat order-an dari calon penumpang. Sehingga ojek konvensional dalam mempertahankan eksistensi di tengah adanya *Uber dan Gojek* didasari oleh nilai kebersamaan yang ada pada ojek konvensional.

3. Nilai *Bargaining* : Ciri khas dari ojek pangkalan adalah tarifnya yang bisa dinego, karena negosiasi harga antara calon penumpang dan tukang ojek merupakan bargaining yang telah ada sejak adanya ojek di terminal Bratang, dan dalam proses negosiasi harga terjadi interaksi secara langsung (tatap muka), sedangkan pada *Uber dan Gojek* memiliki standar tarif yang otomatis telah ditentukan dan tertera pada aplikasi smartphone setelah calon penumpang selesai mem-boking *Uber dan Gojek* secara virtual (tanpa bertatap muka). Hal ini yang membuat tukang ojek melakukan tindakan yang berorientasi masa lampau.

4. PENUTUP

4.1 Simpulan

Tujuan yang ingin dicapai oleh para tukang ojek antara lain adalah, untuk mempertahankan eksistensi mereka sebagai ojek konvensional. Untuk itu seorang ojek konvensional harus melakukan suatu tindakan untuk mencapai tujuannya. Dalam menentukan suatu tindakannya, ojek konvensional memperhitungkan sumber daya yang mampu mendukung tujuan yang ingin dicapainya. Sumber daya yang dimiliki oleh ojek pangkalan adalah : Jumlah anggota ojek yang masih bertahan, masih adanya pasar / pelanggan tetap, dan adanya tempat / pangkalan. Dengan adanya sumber daya yang dimiliki oleh ojek konvensional, maka ia akan mampu merealisasikan tujuannya untuk mempertahankan eksistensi mereka. Sedangkan motif nilai yang mendasari dalam melakukan tindakannya antara lain : Nilai ekonomis, yaitu: pendapatan menjadi ojek konvensional lebih menjanjikan daripada menjadi *Uber dan Gojek*, nilai Kebersamaan yaitu ojek konvensional lebih mengutamakan kerukunan dan gotong royong, dan nilai Bargaining, yaitu bargaining negosiasi tarif antara penumpang dan ojek, sehingga lebih memberikan kebebasan penumpang untuk menawar sesuai yang diinginkan.

4.2 Saran

Uber dan Gojek telah menjadi pelaku monopoli yang mendominasi seluruh pasar ojek pangkalan. Pendapatan *Uber dan Gojek* memang tergantung pengemudi dalam mencari penumpang, bahkan pengemudi *Uber dan Gojek* rajin bekerja seharian. Sementara itu, ojek pangkalan jelas sangat mengandalkan penumpang dari lokasi tempat mereka mangkal, dengan kemungkinan mendapatkan penumpang sangat bergantung pada lokasi pangkalan mereka. Apabila kita perhatikan ojek pangkalan, mereka cukup santai menanti penumpang sambil minum kopi, sehingga akan terjalin interaksi dan terjalin kedekatan antar tukang ojek. Perbedaan kedua layanan transportasi tersebut memang terletak pada sumber daya yang dimiliki oleh masing-masing layanan transportasi, namun keduanya tetaplah memiliki tujuandan bidang yang sama. Tetapi yang perlu di tekankan bahwa, persaingan usaha selalu ada dan sebagai pelaku usaha sebaiknya selalu bijak dalam menyikapinya, jangan sampai terjadi sebuah ketegangan yang berakhir dengan kekerasan, sehingga yang paling dirugikan adalah konsumen / penumpang, mereka tentunya akan merasa tidak nyaman lagi ketika menggunakan jasa ojek. Untuk pemerintah, sebaiknya memberikan regulasi terkait adanya transportasi roda dua yang masih belum terakomodir sebagai kendaraan umum karena dianggap keselamatannya masih kurang.

PUSTAKA.

- Aritonang, Lerbin, Penelitian Pemasaran, UPT Penerbitan Universitas Tarumanagara, Jakarta, 1998
Bungin, Burhan. 2009. Penelitian Kualitatif : Komunikasi Ekonomis, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lain. Jakarta : Kencana Prenama Media Group
Burns, Alvin C. & Bush, Ronald F., Marketing Research, Prentice Hall, New Jersey, 2000
Cronin, JJ. Jr. and Taylor, S.A. (1992). "Measuring Service Quality : A Reexamination and Extension", Journal of Marketing, July, Vol 56, pp.55-68.
Ferdinand, Augusty, (2002), Strucrtual Equation Modeling Dalam Penelitian Manajemen : Aplikasi Model-Model Rumit Dalam Penelitian Untuk Tesis magister dan Disertasi Doktor, BP.Undip.
Gould, Graham, "Why it is customer loyalty that counts (and how to measure it)".Managing Service Quality, Vol.5, No.1,1995
Gremler, Dwayne D. & Brown, Stephen W., "Service loyalty: Its nature, importance, and implications". In Edvardsson, B., Brown, S. W., Johnston, R. and Scheuing, E. E., eds., Proceedings American Marketing Association, 1996
Fernell, C. and Wernerfelt, B. (1987), "Defensive Marketing Strategy by Costumer Complain Management : A theoretical analysis". Journal of marketing research, vol 24 no 4, p.337-346"
Kotler, Philip., Marketing Management: Analysis. Planning. Implementation. And Control, Eight Edition, Prentice Hall. Inc, New Jersey, 1994
Kotler, Philip ,Marketing Management: Analysis. Planning. Implementation. And Control, Ninth Edition, Prentice-Hall .Inc, New Jersey, 1997
Moloeng, J Lexy. 2002. Metode Penelitian Kualitatif. Bandung : PT. Remaja Rosda Karya
Ritzer, George. 2013. Teori Sosiologi Dari Teori Klasik Sampai Perkembangan Mutakhir Teori Sosial Postmodern. Bantul : Kreasi Wacana.
Suryadi. 2012. TUKANG OJEK, Studi Tentang Perilaku Berlalulintas di wilayah Perumnas Antang, Makassar. Skripsi Tidak Diterbitkan. Makassar : Universitas Hasanuddin

Rujukan Online

- Fahd Magat, Fahd. *Uber dan Gojek vs Ojek Pangkalan di Bandung*.(Online) (<http://www.plimbi.com/article/161682/Uber-dan-Gojek-vs-ojek-pangkalan-di-bandung>.)
Pradipta, Raditya. 2015. Pengakuan Ojek Pangkalan Soal Alasan Tak Mau Gabung *Uber dan Gojek*. (online). (<http://metro.tempo.co/read/news/2015/08/02/083688450/pengakuan-ojek-pangkalan-soal-alasan-tak-mau-gabung-Uber-dan-Gojek>)
Putra, Ferdhi F. 2015. *Uber dan Gojek dan Tantangan Swakelola Ojek Pangkalan*.(Online).(<http://anarkis.org/Uber-dan-Gojek-dan-tantangan-swakelola-ojek-pangkalan/>)
Hendita Doni Prasetya. Rasionalitas Ojek Konvensional dalam Mempertahankan Eksistensi di Tengah Adanya Gojek di Kota Surabaya (<http://ejournal.unesa.ac.id/article/20542>)