

**DINAMIKA EKISTENSI OJEK KONVENSIONAL STASIUN
PURWOKERTO DI TENGAH MARAKNYA OJEK *ONLINE* DITINJAU
DARI STUDI SOSIAL-EKONOMI**



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

Oleh:
INSI RIFKA NAVITA
NIM. 2017201277

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
JURUSAN EKONOMI DAN KEUANGAN ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
2025**

PERNYATAAN KEASLIAN

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Insi Rifka Navita
NIM : 2017201277
Jenjang : S-1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : *Ekonomi dan Keuangan Syariah*
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul : Eksistensi Ojek Konvensional Stasiun Purwokerto Di
Tengah Maraknya Ojek *Online*

Menyatakan bahwa naskah skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya saya sendiri kecuali bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, 30 Desember 2024
Saya yang menyatakan,



Insi Rifka Navita
20172012277



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

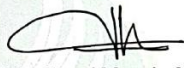
**DINAMIKA EKSTISTENSI OJEK KONVENSIONAL STASIUN
PURWOKERTO DI TENGAH MARAKNYA OJEK ONLINE DITINJAU DARI
STUDI SOSIAL-EKONOMI**

Yang disusun oleh Saudara **Insi Rifka Navita** NIM 2017201277 Program Studi S-1
Ekonomi Syariah Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari
Jumat, 10 Januari 2025 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh
gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

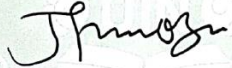
Ketua Sidang/Penguji

Sekretaris Sidang/Penguji


Dr. H. Chandra Warsito, S.TP., S.E.,
M.Si.
NIP. 19790323 201101 1 007


Enjen Zaenal Mutaqin, M.Ud.
NIP. 19881003 201903 1 015

Pembimbing/Penguji


Dr. H. Akhmad Faozan, Lc., M.Ag.
NIP. 19741217 200312 1 006

Purwokerto, 13 Januari 2025
Mengesahkan
Dekan,



Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.
NIP. 19730921 200212 1 004

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada

Yth: Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
di – Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari saudara Insi Rifka Navita NIM 2017201277 yang berjudul:

Eksistensi Ojek Konvensional Stasiun Purwokerto Di Tengah Maraknya Ojek Online

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Syari'ah (S.E.).

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Purwokerto, 30 Desember 2024
Pembimbing



Dr. H. Akhmad Faozan, Lc., M.Ag.
NIP. 19741217 200312 1 006

MOTTO

The greatest glory in living lies not in never falling, but in rising every time we fall.



**DINAMIKA EKSTISTENSI OJEK KONVENSIONAL STASIUN
PURWOKERTO DI TENGAH MARAKNYA OJEK *ONLINE* DITINJAU
DARI STUDI SOSIAL-EKONOMI**

Insi Rifka Navita

NIM. 2017201277

Email: insirifkanavita@gmail.com

Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

ABSTRAK

Keberadaan ojek konvensional semakin terdesak oleh kemunculan ojek *online* yang menawarkan kemudahan berbasis teknologi digital. Namun, ojek konvensional di Stasiun Purwokerto tetap mampu bertahan sebagai bagian dari transportasi lokal. Fenomena ini mencerminkan dinamika persaingan antara transportasi tradisional dan modern, yang menarik untuk diteliti lebih lanjut. Penelitian ini bertujuan untuk memahami keberadaan ojek konvensional di tengah persaingan dengan ojek *online*, menganalisis strategi bertahan yang mereka terapkan, serta mengidentifikasi alasan pengemudi memilih tidak bergabung dengan platform ojek *online*.

Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Data yang diperoleh menggunakan wawancara, observasi dan dokumentasi. Informan utama dalam penelitian ini adalah para pengemudi ojek konvensional di Stasiun Purwokerto. Teknik analisis data yang digunakan dengan cara reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Keabsahan data menggunakan teknik triangulasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunitas ojek konvensional tetap bertahan dengan sekitar 70 anggota aktif yang didukung oleh keberadaan pangkalan khusus dan loyalitas pelanggan. Strategi adaptasi mereka mencakup pembatasan wilayah penjemputan bagi ojek *online*, pembuatan Kartu Tanda Anggota untuk anggota resmi, peningkatan solidaritas dengan sesama pengemudi transportasi konvensional, serta pembaruan sistem pelayanan. Selain itu, faktor sosial dan budaya, sejalan dengan teori Tindakan sosial Max Weber 1922 seperti rasionalitas instrumental, nilai, afektif, dan tradisional, berperan penting dalam keputusan pengemudi untuk tetap bertahan dalam sistem ojek konvensional.

Kata Kunci: Eksistensi, Ojek Konvensional, Ojek *Online*, Persaingan

**THE DYNAMICS OF THE EXISTENCE OF CONVENTIONAL
MOTORCYCLE TAXIS AT PURWOKERTO STATION IN THE MIDST OF
THE RISE OF ONLINE MOTORCYCLE TAXIS REVIEWED FROM SOCIO-
ECONOMIC STUDIES**

Insi Rifka Navita
NIM.2017201277

Email: insirifkanavita@gmail.com

*Sharia Economics Study Program, Faculty of Islamic Economics and Business
State Islamic University Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto*

ABSTRACT

The existence of conventional motorcycle taxis is increasingly urged by the emergence of online motorcycle taxis that offer convenience based on digital technology. However, conventional motorcycle taxis at Purwokerto Station are still able to survive as part of local transportation. This phenomenon reflects the dynamics of competition between traditional and modern transportation, which is interesting to study further. This research aims to understand the existence of conventional motorcycle taxis in the midst of competition with online motorcycle taxis, analyze the survival strategies they implement, and identify the reasons why drivers choose not to join online motorcycle taxi platforms.

The method used is qualitative descriptive. The data obtained used interviews, observations and documentation. The main informants in this study are conventional motorcycle taxi drivers at Purwokerto Station. Data analysis techniques are used by data reduction, data presentation, and conclusion drawn. The validity of the data uses a triangulation technique.

The results of the study show that the conventional motorcycle taxi community still survives with around 70 active members supported by the existence of a special base and customer loyalty. Their adaptation strategy includes restricting pick-up areas for online motorcycle taxis, creating Member Identity Cards for official members, increasing solidarity with fellow conventional transportation drivers, and updating the service system. In addition, social and cultural factors, in line with Max Weber's 1922 theory of social action such as instrumental, value, affective, and traditional rationality, play an important role in the driver's decision to stay afloat in the conventional motorcycle taxi system.

Keywords: Existence, Conventional Motorcycle Taxis, Online Motorcycle Taxis, Competition

PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata yang dipakai dalam penelitian skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI. Nomor: 158/1987 dan Nomor: 0543b/U/1987:

1. Konsonan tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba'	b	be
ت	ta'	t	te
ث	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	jim	j	je
ح	ḥ	<u>h</u>	ha (dengan garis di bawah)
خ	kha'	kh	ka dan ha
د	dal	d	de
ذ	žal	ž	ze (dengan garis di atas)
ر	ra'	r	er
ز	zai	z	zet
س	sin	s	es
ش	syin	sy	es dan ye
ص	šad	<u>s</u>	es (dengan garis di bawah)
ض	d'ad	<u>d</u>	de (dengan garis di bawah)
ط	ṭa	<u>t</u>	te (dengan garis di bawah)
ظ	ža	<u>z</u>	zet (dengan garis di bawah)
ع	'ain	'	koma terbalik di atas
غ	gain	g	ge

ف	fa'	f	ef
ق	qaf	q	qi
ك	kaf	k	ka
ل	lam	l	'el
م	mim	m	'em
ن	nun	n	'en
و	Waw	w	w
هـ	ha'	h	ha
ء	hamzah	'	apostrof
ي	ya'	y	ye

2. Konsonan rangkap karena syaddah ditulis rangkap

عَدَّة	ditulis	'iddah
--------	---------	--------

3. Ta' marbutah di akhir kata bila dimatikan ditulis h

حكمة	Ditulis	Hikmah	جزية	ditulis	jizyah
------	---------	--------	------	---------	--------

(ketentuan ini tidak diperlakukan pada kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam Bahasa Indonesia, seperti zakat, salat dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya)

- a. Bila diikuti dengan kata sandang "al" serta bacaan ke dua itu terpisah, maka

كرامة الأولياء	ditulis	<i>kâramatul al-auliâ'</i>
----------------	---------	----------------------------

- b. Bila ta' marbutah hidup atau dengan harkat, *fathah* atau *kasroh* atau *dommah* ditulis dengan t

زكاة الفطر	ditulis	<i>ixendi al-fitṛ</i>
------------	---------	-----------------------

4. Vokal pendek

◌َ	Fathah	ditulis	a
◌ِ	Kasroh	diulis	i
◌ُ	Dommah	ditulis	u

5. Vokal ixendidi

1.	Fathah + alif	ditulis	a
	جاهلية	ditulis	<i>jâhiliyah</i>
2.	Fathah + alif	ditulis	a
	تنس	ditulis	<i>tansa</i>
3.	Kasroh + ya' mati	ditulis	i
	كريم	ditulis	<i>karim</i>
4.	Dammah + wawu mati	ditulis	u
	فروض	ditulis	<i>furûd</i>

6. Vokal rangkap

1.	Fathah + ya' mati	ditulis	ai
	بينكم	ditulis	bainakum
2.	Fathah + wawu mati	ditulis	au
	قول	ditulis	qaul

7. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan apostrof

أنتم	ditulis	<i>a'antum</i>
أعدة	ditulis	<i>u'idat</i>
لئن شكرتم	ditulis	<i>la'insyakartum</i>

8. Kata sandang alif + lam

a. Bila diikuti huruf qomariyyah

القياس	ditulis	<i>al-Qiyâs</i>
القران	ditulis	<i>al-Qur'ân</i>

b. Bila diikuti huruf syamsiyyah ditulis dengan menggunakan huruf syamsiyyah yang mengikutinya. Serta menggunakan huruf I (el)-nya

السماء	ditulis	<i>as-Samâ</i>
الشمس	ditulis	<i>asy-Syams</i>

9. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya.

ذوي الفروض	ditulis	<i>zawi al-furûd</i>
اهل السنة	ditulis	<i>ahl as-Sunnah</i>

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil'alamin, puji syukur atas kehadiran Allah SWT. Yang telah melimpahkan berkah, rahmat, hidayah dan karunia-Nya, sehingga penulisan skripsi ini dapat berjalan dan terselesaikan dengan maksimal. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Nabi Agung Muhammad SAW. Yang telah membawa perubahan besar bagi peradaban dunia dengan keteladanan yang berakhlak mulia. Penulisan karya ilmiah ini merupakan bagian dari syarat untuk menyelesaikan studi pendidikan Strata Satu (S.1.) guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto yang berjudul “Dinamika Eksistensi Ojek Konvensional Stasiun Purwokerto Di Tengah Maraknya Ojek *Online* Ditinjau Dari Studi Sosial-Ekonomi”. Dalam Penyelesaian Tugas Akhir Ini, Penulis ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada pihak-pihak yang telah mendukung dalam proses penelitian dan penyusunan tugas akhir ini, antara lain:

1. Prof. Dr. H. Ridwan, M.Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Prof. Dr. H. Suwito, M.Ag., selaku Wakil Rektor I Universitas Islam Negeri Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Prof. Dr. H. Sulkhan Chakim, M.M., selaku Wakil Rektor II Universitas Islam Negeri Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Prof. Dr. H. Sunhaji, M. Ag., selaku Wakil Rektor III Universitas Islam Negeri Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
6. Dr. H. Akhmad Faozan, Lc., M.Ag., selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto dan sekaligus Dosen Pembimbing Penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini. Penulis mengucapkan banyak terima kasih karena telah meluangkan waktunya untuk memberi bimbingan, arahan, motivasi, masukan dan kesabaran demi terselesaikannya penulisan skripsi ini.

7. Prof. Dr. Hj. Tutuk Ningsih, M.Pd., selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
8. Dr. H. Chandra Warsito, M. Si., selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
9. Dr. Ahmad Dahlan, M.S.I., selaku Ketua Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
10. Dewi Laela Hilyatin, M.S.I., selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
11. Dr. H. Sochimim, Lc., M. Si., selaku Koordinator Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
12. Segenap Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
13. Kepada Paguyuban Ojek Stasiun Bersatu yang telah memberikan izin penulis untuk melakukan penelitian di tempat tersebut.
14. Orangtua penulis, terima kasih Bapak dan Ibu atas doa, cinta, dan perjuangan yang tak terhingga sampai penulis berada di titik ini.
15. Saudara-saudara kandung penulis, dan ponakan-ponakan penulis Alifa, Yami, Sakha, Malik, dan Danella terima kasih atas segala bentuk dukungan yang telah diberikan sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.
16. Teman-teman seperjuangan kelas Ekonomi Syariah F angkatan 2020 terima kasih telah senantiasa menemani dan berbagi pengalaman beberapa tahun terakhir dengan penulis di kampus tercinta.
17. Sahabat terdekat penulis, Nura terima kasih telah senantiasa mendengarkan keluh kesah, berbagi kebahagiaan bersama dan selalu ada di setiap apapun keadaan penulis.

18. Segenap teman-teman penulis yang tidak bisa disebutkan satu per satu, terima kasih telah memberikan warna dan dukungan di kehidupan penulis dengan caranya masing-masing.
19. Kepada Mas Taufik banyak terima kasih harus juga diucapkan kepadanya karena senantiasa mendukung, menemani, kebersamai, juga memberikan motivasi kepada penulis hingga sampai pada titik ini.
20. Dan kepada seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu terima kasih atas kebaikan yang pernah diberikan. Semoga Allah senantiasa memberikan perlindungan-Nya.

Purwokerto, 30 Desember 2024



Insi Rifka Navita



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
NOTA DINAS PEMBIMBING	iv
MOTTO	v
ABSTRAK	vi
PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA	viii
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Definisi Operasional	11
C. Rumusan Masalah	13
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	13
E. Kajian Pustaka	15
F. Sistematika Pembahasan	18
BAB II LANDASAN TEORI	20
A. Konsep Eksistensi	20
B. Ojek Konvensional	22
C. Ojek <i>Online</i>	26
D. Teori Tindakan Sosial Max Weber 1922	29
E. Teori Difusi Inovasi Everett M Rogers	31
F. Landasan Teologis	34
BAB III METODE PENELITIAN	38
A. Jenis Penelitian	38
B. Tempat dan Waktu Penelitian	39
C. Subjek dan Objek Penelitian	40
D. Jenis dan Sumber Data	42
E. Teknik Pengumpulan Data	44
F. Teknik Analisis Data	46
G. Uji Keabsahan Data	48
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	49
A. Profil Stasiun Kereta Api Purwokerto	49

B. Strategi Ojek Konvensional Di Stasiun Purwokerto Dalam Mempertahankan Eksistensinya Di Tengah Adanya Ojek <i>Online</i>	51
C. Faktor-Faktor Yang Melatarbelakangi Ojek Konvensional Di Stasiun Purwokerto Tidak Bergabung Dengan Ojek <i>Online</i>	59
BAB V PENUTUP	65
A. Kesimpulan	65
B. Saran	66
C. Keterbatasan Penelitian dan Saran Untuk Penelitian Selanjutnya.....	66
DAFTAR PUSTAKA	68
LAMPIRAN-LAMPIRAN	I



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu.....	16
Tabel 3. 1 Sumber data primer.....	43



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Survey Goodstats Tentang Alasan Masyarakat Memilih Transportasi Online.....	4
Gambar 4. 1 Contoh KTA.....	57
Gambar 4. 2 Ojek Konvensional Sedang Menawarkan Jasanya di Pintu Keluar Sebelah Timur	59



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Hasil Wawancara
- Lampiran 2 : Dokumentasi Penelitian
- Lampiran 3 : Surat Izin Riset Individual
- Lampiran 4 : Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian
- Lampiran 5 : Surat Keterangan Lulus Seminar Proposal
- Lampiran 6 : Surat Keterangan Lulus Ujian Komprehensif



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di masa lalu, alat transportasi yang digunakan oleh masyarakat masih sangat primitif. Kuda, pedati, dan delman merupakan pilihan utama sebelum era mesin. Alat-alat transportasi ini bergantung pada kekuatan hewan atau manusia, memiliki jangkauan yang terbatas, dan membutuhkan waktu yang lama untuk menempuh jarak. Meskipun saat ini alat transportasi tradisional tersebut masih digunakan, perannya telah berubah menjadi lebih sebagai sarana hiburan daripada sebagai alat transportasi utama. Seiring berjalannya waktu, teknologi telah berkembang pesat dan mempengaruhi berbagai aspek kehidupan, termasuk transportasi. Penemuan mesin uap telah membuka jalan bagi kendaraan bermesin lainnya, seperti sepeda motor, mobil, pesawat terbang, dan kereta api, yang memungkinkan kita untuk menempuh jarak jauh dengan cepat dan efisien (Feriyantri, 2008)

Sistem transportasi yang efisien adalah kunci utama dalam memajukan perekonomian dan pembangunan sosial di sebuah negara. Hal ini karena transportasi yang baik tidak hanya mendukung pertumbuhan ekonomi, tetapi juga memperkuat integrasi sosial dan mempercepat proses industrialisasi. Kemajuan dalam sektor transportasi memungkinkan distribusi barang dan jasa menjadi lebih cepat dan luas, yang pada gilirannya dapat meningkatkan aktivitas ekonomi dan pembangunan regional maupun nasional. Dengan demikian, investasi dalam pengembangan infrastruktur transportasi yang aman, nyaman, dan terintegrasi adalah investasi untuk masa depan yang berkelanjutan dan inklusif. (Sukawati *et al.*, 2021)

Salah satu alternatif untuk mendukung mobilitas masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya adalah hadirnya layanan transportasi yang dapat menjangkau saat kondisi jalan padat dengan kendaraan dan dirasa mampu memberikan kenyamanan dan efisiensi lebih kepada masyarakat dalam melakukan mobilitas sehari-hari dengan mudah. Di antaranya adalah dengan adanya Ojek. Ojek menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah

sepeda atau sepeda motor yang digunakan untuk mengantar penumpang untuk mendapatkan imbalan upah (Waridah, 2017). Oleh karena itu, ojek secara umum dapat dipahami sebagai metode transportasi tidak resmi yang beroperasi dengan motor. Layanan ini menawarkan kemudahan dalam mengantar orang atau barang, di mana kesepakatan dibuat antara penumpang dan pengemudi sesuai dengan permintaan penumpang.

Pengemudi ojek konvensional sering kali bekerja dalam kelompok dan berkumpul di lokasi-lokasi strategis yang dikenal sebagai pangkalan ojek. Mereka adalah pengemudi independen yang tidak terafiliasi dengan perusahaan manapun, menunggu penumpang di tempat-tempat umum salah satunya stasiun (Rahmani, 2022). Stasiun kereta api merupakan sebuah fasilitas yang berfungsi sebagai tempat pemberhentian dan keberangkatan kereta api. Di sinilah penumpang naik dan turun, serta barang-barang dimuat dan dibongkar. Stasiun kereta api juga menjadi pusat konektivitas antar wilayah, menghubungkan berbagai kota dan daerah. Stasiun seringkali menjadi pusat aktivitas masyarakat, baik untuk transportasi maupun kegiatan lainnya. Di sekitar stasiun biasanya terdapat berbagai fasilitas umum seperti toko, restoran, tempat parkir, dan *shelter* angkutan umum. Salah satunya adanya pangkalan ojek konvensional di stasiun ini. Sama seperti stasiun kereta api lainnya, di Stasiun Purwokerto juga terdapat tempat yang dijadikan perkumpulan oleh pengemudi ojek konvensional. Biasanya penumpang kereta api akan melanjutkan perjalanannya menggunakan jasa ojek konvensional ini ke tujuan berikutnya.

Kehadiran ojek pangkalan dirasakan sudah cukup lama memberikan manfaat untuk para pengguna jasa transportasi. Namun, ojek pangkalan umumnya hanya tersedia di lokasi tertentu, yang membuatnya tidak selalu dapat diandalkan ketika dibutuhkan mendadak. Tarif yang mereka tawarkan pun sering kali tidak konsisten dan keamanan yang ditawarkan masih diragukan.

Sejak puluhan tahun lalu, di Indonesia sendiri ojek pangkalan merupakan salah satu dari sekian banyak jenis transportasi umum yang

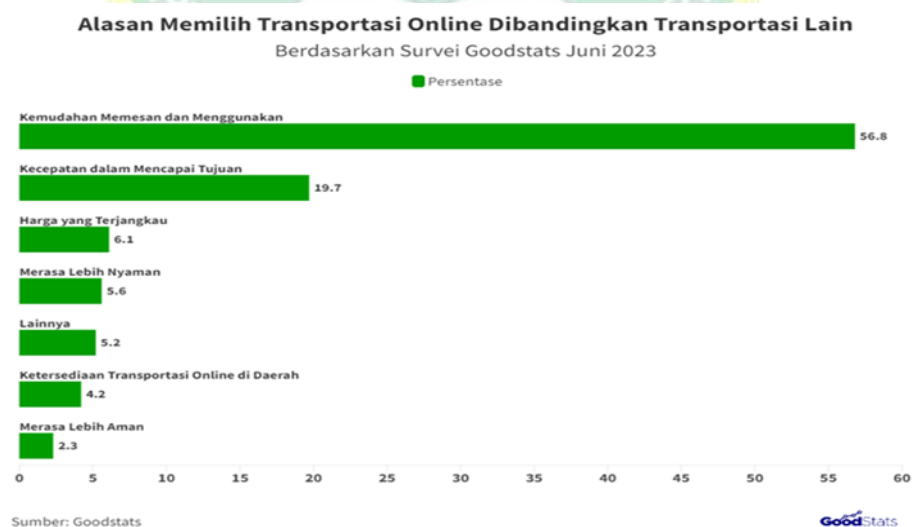
dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari dan membantu mobilitas masyarakat. Akan tetapi, seiring dengan kemajuan teknologi dalam semua bidang tidak terkecuali di bidang transportasi dan meningkatnya kebutuhan, masyarakat sendiri pada akhirnya membutuhkan sesuatu yang dapat membantu memenuhi kebutuhan mobilitasnya yang saat ini dituntut harus menjadi lebih cepat dan efisien.

Saat ini telah banyak jenis moda transportasi yang membantu masyarakat dalam membantu mobilitasnya sehari-hari. Namun, dibalik kemudahan yang dirasakan masyarakat dalam memanfaatkan transportasi, permasalahan transportasi tetaplah menjadi salah satu perhatian penting dalam kehidupan masyarakat. Transportasi darat di Indonesia menghadapi berbagai tantangan yang kompleks karena merupakan bagian dari sistem yang saling terkait. Di perkotaan, masalah ini sering terlihat dalam bentuk kemacetan lalu lintas, kekurangan area parkir, polusi udara, dan masalah ketertiban berkendara. Namun, dengan kemajuan teknologi, tantangan di sektor transportasi tidak hanya terbatas pada isu tradisional. Perkembangan internet telah mengubah cara masyarakat memenuhi kebutuhan transportasi mereka, dengan memanfaatkan fitur-fitur inovatif yang tersedia di *smartphone*, yang menawarkan solusi alternatif untuk mobilitas sehari-hari.

Transformasi digital telah mengubah wajah transportasi dengan menciptakan layanan berbasis aplikasi yang mendukung mobilitas harian. Kehadiran internet di tengah-tengah pertumbuhan penduduk yang begitu pesat, menjadi hal yang dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan mobilitas masyarakat. Hal ini disebabkan karena terjadinya fenomena perubahan sosial. Perubahan-perubahan yang terjadi dalam masyarakat dunia dewasa ini merupakan suatu gejala yang normal. Pengaruhnya bisa menjalar cepat ke bagian-bagian dunia lain berkat adanya komunikasi modern (Suhardih, 2024). Salah satunya adalah penemuan-penemuan baru di bidang teknologi. Saat ini kita menyaksikan sebuah transformasi inovatif dalam layanan transportasi *online*, yang semakin mudah diakses melalui perangkat *mobile*. Jika dulu kita harus menunggu di pinggir jalan atau menghubungi layanan

taksi, kini semua itu dapat dilakukan dengan cepat melalui sentuhan di layar *smartphone*. Layanan ojek yang sebelumnya memerlukan perjalanan ke pangkalan dan tawar-menawar harga, kini telah disederhanakan dengan sistem tarif yang transparan dan otomatis melalui aplikasi. Revolusi ini tidak hanya meningkatkan kenyamanan, tetapi juga efisiensi dan keamanan dalam menggunakan layanan transportasi umum.

Dengan berjalannya waktu, layanan transportasi *online* semakin berkembang dan menjadi pilihan utama bagi masyarakat Indonesia. Pada tahun 2023, tercatat lebih dari 21 juta orang telah menggunakan layanan ini. Keandalan dan kemudahan akses menjadi alasan utama mengapa transportasi *online* lebih disukai dibandingkan dengan transportasi konvensional. Kecepatan dalam mencapai destinasi juga menjadi nilai tambah yang signifikan. Menariknya, pengguna juga sering diuntungkan dengan berbagai promosi yang ditawarkan. Berdasarkan survei oleh Goodstats pada Juni 2023, sebagian besar responden menilai proses pemesanan melalui aplikasi sangat praktis, yang menunjukkan tingkat kesulitan yang rendah dalam penggunaannya. Ini menegaskan bahwa transportasi *online* telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari di Indonesia.



Gambar 1. 1 Survey Goodstats Tentang Alasan Masyarakat Memilih Transportasi *Online*

Kemudahan yang ditawarkan oleh transportasi *online*, sesuai dengan temuan (Amajida, 2016), memungkinkan konsumen untuk menghemat waktu dan tenaga karena tidak perlu lagi mencari kendaraan di jalan atau terminal. Dengan *smartphone*, mereka dapat dengan mudah memanggil transportasi yang akan datang langsung ke lokasi mereka. Hal ini diperkuat oleh penelitian Azizah (2018), yang menyatakan bahwa transportasi *online* menjadi jawaban untuk sistem transportasi konvensional yang kurang efisien. Dengan kelebihan seperti biaya yang kompetitif, kenyamanan, dan keamanan yang lebih baik, transportasi *online* menjadi pilihan utama bagi banyak konsumen. Dari banyaknya kelebihan-kelebihan yang ditawarkan, hal itulah yang membuat masyarakat beralih ke transportasi *online* yang lebih terorganisir dan lebih terkini, salah satu contohnya yaitu Gojek.

Sejak tahun 2010, PT. Gojek telah memimpin revolusi ini di Indonesia, didirikan oleh Nadiem Makarim di Jakarta dengan 20 anggota pengemudi pada awalnya yang menandai awal dari era baru dalam layanan transportasi. Perusahaan ini merupakan penyedia layanan transportasi yang memfasilitasi hubungan antara pengendara ojek dan konsumen. Dengan peluncuran aplikasi GO-JEK pada Januari 2015, perusahaan ini memungkinkan pengendara ojek untuk menerima pesanan dan mengetahui lokasi pelanggan, sementara pelanggan dapat melacak pengendara yang akan mengambil pesanan mereka. Selain itu, Gojek juga menyediakan fitur pembayaran elektronik melalui aplikasinya, memudahkan transaksi tanpa uang tunai.

Gojek tidak hanya menyediakan layanan transportasi, tetapi juga berbagai layanan lain yang memenuhi kebutuhan sehari-hari. Layanan ini termasuk *Go-Send* untuk pengiriman instan, *Go-Food* untuk pesan antar makanan, *Go-Shop* yang memungkinkan pelanggan berbelanja dari toko, dan *Go-Med* untuk pembelian obat dan produk kesehatan. Transformasi Gojek mengikuti perkembangan zaman digital, memudahkan pengguna dalam memenuhi berbagai kebutuhan hanya melalui *smartphone*.

Dari kemunculan transportasi *online* tersebut, tidak dapat dipungkiri bahwa hal tersebut juga membawa dampak positif terhadap perekonomian Indonesia. Kehadiran layanan transportasi *online* telah memberikan kontribusi signifikan terhadap ekonomi Indonesia dengan membuka peluang kerja baru yang berpotensi menurunkan tingkat pengangguran. Ketidakseimbangan antara jumlah pencari kerja dan kesempatan kerja yang ada telah menjadi tantangan, namun transportasi *online* menawarkan solusi praktis yang mendukung pertumbuhan lapangan kerja dan memberikan akses yang lebih luas kepada masyarakat untuk berpartisipasi dalam ekonomi digital. (Findianingsih et al., 2023). Peningkatan angka pengangguran dapat berdampak pada penurunan pendapatan yang diterima oleh masyarakat. Hal ini pada gilirannya, akan menurunkan tingkat kesejahteraan yang telah dicapai sebelumnya. Seiring dengan penurunan kesejahteraan, masalah sosial seperti kemiskinan menjadi lebih nyata. Di negara-negara yang sedang berkembang, pengangguran sering kali dianggap sebagai salah satu penyebab utama dari kemiskinan.

Transportasi *online* telah memberikan dampak positif dengan membuka peluang kerja baru bagi warga yang mengalami kesulitan ekonomi karena pandemi *Covid-19* di Indonesia. Banyak orang yang terpengaruh oleh pandemi ini, mengalami penurunan penghasilan dan menghadapi Pemutusan Hubungan Kerja (PHK) karena stagnasi di berbagai sektor bisnis. Situasi ini memaksa masyarakat untuk mencari cara inovatif dalam memenuhi kebutuhan dasar mereka seperti pakaian, makanan, dan tempat tinggal.

Pada dasarnya pekerjaan sebagai *driver* ojek *online* ini diperuntukan hanya untuk sebagai penghasilan tambahan bagi masyarakat. Akan tetapi, hampir seluruh *driver* ojek *online* saat ini menjadikannya sebagai sumber penghasilan utama. Karena sempitnya lapangan pekerjaan, menurunnya daya beli masyarakat, serta mudahnya bergabung dengan layanan ojek *online* ini membuat banyak sekali masyarakat yang telah bergabung ke dalam komunitas layanan *online* untuk mencari penghasilan.

Fenomena transportasi *online* menjadi sorotan masyarakat dan memicu diskusi luas di tingkat nasional. Di mana dirasakan oleh pengemudi transportasi konvensional yang merasa terancam akan keberadaan mereka. Persaingan antara penyedia layanan transportasi konvensional seperti ojek pangkalan dengan layanan modern seperti ojek *online* telah banyak dilaporkan oleh media, menyoroti konflik antara Gojek dan ojek pangkalan. Insiden kekerasan terhadap pengemudi Gojek telah terjadi di berbagai kota di Indonesia, dan dalam beberapa kasus, bahkan masyarakat umum menjadi korban.

Terdapat juga perjanjian antara ojek konvensional dan ojek berbasis aplikasi, yaitu adanya pembatasan area untuk mengantar dan menjemput penumpang di lokasi yang sudah ditentukan. Ojek berbasis aplikasi tidak diizinkan untuk mengambil penumpang di wilayah operasi ojek konvensional. Situasi ini kadang-kadang menimbulkan gesekan antara kedua pihak. Seringkali, pembatasan area ini dapat menyebabkan konflik yang berujung menjadi tindakan kekerasan.

Kontroversi antara ojek *online* dan ojek konvensional muncul akibat perbedaan prinsip yang mereka anut. Ojek konvensional beroperasi berdasarkan etika dan norma sosial yang kuat, di mana mereka menghormati sistem antrian dan batasan wilayah operasional. Di sisi lain, ojek *online* beroperasi dengan sistem korporat yang menekankan efisiensi, kepastian tarif, dan jaminan layanan. Ketika pengemudi ojek *online* mengambil penumpang tanpa mengikuti antrian atau batasan wilayah, ini sering kali dianggap oleh ojek konvensional sebagai pelanggaran terhadap norma sosial yang ada di pangkalan mereka, sehingga sering terjadi gesekan dan konflik antara kedua belah pihak.

Dalam beberapa tahun terakhir, perseteruan antara penyedia layanan transportasi konvensional dan *online*, seperti ojek konvensional dan ojek *online*, telah menjadi topik hangat di berbagai platform media. Konflik ini muncul karena adanya gesekan antara kedua pihak, dimana pengemudi ojek *online* sering mengalami penindasan di berbagai wilayah Indonesia yang

menawarkan layanan transportasi berbasis aplikasi. Berdasarkan laporan yang berulang kali muncul di media cetak dan elektronik, tindakan kekerasan terhadap pengemudi ojek *online* biasanya dilakukan oleh pengemudi ojek konvensional yang merasa terancam dan kehilangan peluang pendapatan akibat persaingan ini.

Terjadinya penentangan ojek konvensional dalam beberapa tahun kebelakang ini dan persaingan antara ojek konvensional dan ojek *online* membuat adanya kesenjangan sosial ekonomi dan konflik sosial. Karena sampai saat ini masyarakat lebih memilih menggunakan ojek *online* dibanding ojek konvensional. Namun, di tengah semakin maraknya ojek *online* yang ada saat ini, ojek pangkalan tetap dapat mempertahankan pekerjaan dan eksistensinya. Salah satu hal yang dapat dijadikan alasan untuk tetap dapat bertahan adalah masih adanya loyalitas pelanggan ojek konvensional itu sendiri. Meskipun tidak seramai dulu, akan tetapi masih cukup banyak pelanggan yang masih memilih ojek konvensional dibanding ojek *online* sebagai transportasi lanjutan di Stasiun Purwokerto. Seperti keterangan yang disampaikan oleh Bapak Subarman selaku anggota ojek konvensional di Stasiun Purwokerto, bahwasanya masih banyak orang yang memang sudah berlangganan dengan ojek konvensional. Biasanya, kebanyakan dari orang-orang ini merupakan orang yang sering berpergian menggunakan kereta api dan sudah nyaman menggunakan jasa ojek konvensional ini. Selanjutnya, juga banyak orang dari luar kota Purwokerto seperti Purbalingga, Banjarnegara yang memang lebih memilih ojek konvensional ini karena pelanggan menganggap tukang ojek pangkalan sebagai orang lokal lebih mengetahui rute-rute sekitar Barlingmas (Banjarnegara, Purbalingga, Banyumas).

Sedangkan di Stasiun Purwokerto ini, keadaan dulu sangat berbeda dengan keadaan saat ini di tengah maraknya ojek *online*. biasanya, ojek konvensional ini akan menarik pelanggan dengan cara mendatangi pelanggan tersebut ketika mereka baru turun dari kereta api. Dari pengalaman empiris, respon yang diberikan masyarakat kepada penawaran

yang dilakukan ojek konvensional ini berbeda-beda. Seringkali, masyarakat terlihat mengeluarkan berbagai macam alasan untuk menolak tawaran tersebut, salah satunya dengan beralasan dengan berkata bahwa ia sedang ditunggu jemputan. Padahal, seringkali mereka berjalan lagi sekitar 100-200 meter untuk menuju ojek *online* yang telah mereka pesan (observasi tanggal 29 November 2024). Hal ini berarti secara tidak langsung masyarakat lebih cenderung memilih ojek *online* daripada menggunakan jasa ojek konvensional, dengan kata lain eksistensi ojek *online* saat ini lebih unggul daripada ojek konvensional.

Setelah dianalisis, ada beberapa faktor yang menyebabkan orang-orang lebih memilih ojek *online* dibanding ojek konvensional di Stasiun Purwokerto. Salah satunya yaitu, menurut keterangan dari Diah, selaku penumpang ojek *online*, dia mengatakan bahwasannya ketika memilih ojek *online*, dia merasakan kenyamanan karena telah mengetahui berapa tarif yang akan ia bayar, sedangkan jika menggunakan ojek konvensional, dia harus tawar menawar dulu dengan tukang ojek. Ia juga menuturkan bahwa, sebagai orang luar Purwokerto, ia takut diberikan tarif yang lebih mahal daripada seharusnya karena sebagai orang luar daerah, ia tidak tahu tentang jalan atau rute di area tersebut. Diah juga memberikan pernyataan bahwa ojek *online* sering memberikan promo yang mana dapat menguntungkan dirinya sebagai pelanggan, dan dia menyimpulkan bahwasannya tarif ojek *online* lebih murah dibanding dengan ojek konvensional. Bapak Subarman selaku pelaku ojek konvensional pun memberikan tanggapan akan hal tersebut. Menjawab dari masalah tersebut, ia menjelaskan bahwasannya tarif yang ia beri sebenarnya tarif standar dan tidak melebih-lebihkan di luar ketentuan. Ia juga menyadari bahwasannya ojek konvensional itu tidak terdapat sistem promo seperti ojek *online*, hal ini dikarenakan mereka tidak terikat dengan perusahaan manapun, yang mana mereka sepakat menentukan tarif yang juga tidak merugikan pihak ojek sendiri.

Masuknya ojek *online* di ranah ini, jelas merugikan pihak ojek konvensional di Stasiun Purwokerto. Bapak Topan dan Bapak Subarman

selaku pengemudi ojek konvensional di Stasiun Purwokerto mengaku mendapat penurunan pendapatan setelah adanya ojek *online*. Hal tersebut terjadi akibat adanya penurunan pelanggan ojek konvensional di stasiun. Mereka mengatakan bahwa sebelum adanya ojek *online*, penghasilan mereka dalam sehari dapat mencapai Rp. 500.000. Akan tetapi, setelah adanya ojek *online*, dalam sehari pun belum tentu mendapat Rp. 50.000. Oleh karena itu, pada waktu awal kemunculan ojek online di wilayah stasiun, sering terjadi konflik antara pengemudi ojek konvensional dan ojek online. Menurut keterangan Bapak Kusnadi selaku Ketua Paguyuban Ojek Konvensional di Stasiun Purwokerto, awal kemunculan ojek *online* di Purwokerto, Pemerintah Kabupaten Banyumas menawarkan solusi agar ojek konvensional di Stasiun Purwokerto ini untuk ikut bergabung semua dengan ojek *online*. Akan tetapi, mayoritas pelaku ojek konvensional di wilayah ini menentang atau menolak penawaran ini.

Dari beberapa keterangan di atas, hal ini sejalan dengan penelitian dari Rai Wulanjani (2024) yang mana persamaan dengan penelitian ini yaitu sama-sama meneliti tentang eksistensi ojek konvensional. Hasil temuannya dapat disimpulkan bahwa eksistensi ojek konvensional di Terminal Bulupitu masih terbilang cukup eksis salah satu alasannya dikarenakan masih adanya loyalitas pelanggan yang mana banyak didominasi oleh pelanggan lanjut usia yang tidak terlalu mengikuti perkembangan internet. Perbedaan dengan penelitian ini dapat dilihat dari lokasi dan waktu penelitian serta adanya analisis mengenai keberlanjutan ojek konvensional itu sendiri bertahan dan tidak bergabung dengan ojek *online*.

Selanjutnya, motif apa yang mendasari ojek konvensional untuk tetap mempertahankan eksistensinya, dan bagaimana strategi yang dilakukan oleh pengemudi ojek konvensional untuk mempertahankan eksistensinya ditengah maraknya ojek *online* dapat diketahui melalui pengambilan data wawancara dengan para pengemudi ojek konvensional, dan penumpang ojek tersebut. Dengan mempertimbangkan latar belakang yang telah diuraikan dan berbagai fenomena sosial yang terjadi, maka

peneliti tertarik untuk mengangkat permasalahan tersebut sebagai fokus penelitian dengan judul *“Dinamika Eksistensi Ojek Konvensional Stasiun Purwokerto Di Tengah Maraknya Ojek Online Ditinjau Dari Studi Sosial-Ekonomi”*.

B. Definisi Operasional

Definisi operasional bertujuan untuk meminimalisir kesalahpahaman serta perbedaan interpretasi terkait dengan terminologi yang digunakan dalam judul skripsi. Hal ini sesuai dengan judul penelitian yang berbunyi: *“Dinamika Eksistensi Ojek Konvensional Stasiun Purwokerto Di Tengah Maraknya Ojek Online Ditinjau Dari Studi Sosial-Ekonomi”*

1. Dinamika

Dinamika menurut Slamet Santoso (2009) berarti tingkah laku warga yang satu secara langsung memengaruhi warga yang lain secara timbal balik, jadi dinamika berarti adanya interaksi dan interdependensi antara anggota kelompok yang satu dengan anggota kelompok yang lain secara timbal balik dan antara anggota dengan kelompok secara keseluruhan. Sedangkan menurut Munir (2001), dinamika adalah suatu sistem ikatan yang saling berhubungan dan saling mempengaruhi antara unsur-unsur tersebut. Jika salah satu unsur sistem mengalami perubahan, maka akan membawa perubahan pula pada unsur-unsur lainnya (Adam & Ternate, 2023).

2. Eksistensi

Eksistensi bisa dipahami sebagai proses yang unik, di mana kehadirannya bersifat dinamis dan berubah sepanjang waktu. Proses-proses dalam eksistensi memiliki kemungkinan untuk berkembang dan mempengaruhi perkembangan, atau sebaliknya, dapat menyebabkan kemunduran. Eksistensi dianggap sebagai apa yang ada, aktual, kesempurnaan, dan menekankan pada keberadaan (Wibowo, 2018). Makna eksistensi mencakup berbagai aspek, tetapi dalam konteks penelitian ini, akan dianalisis sejauh mana relevansi ojek konvensional

di tengah adanya ojek *online*, khususnya di kawasan Stasiun Purwokerto.

3. Ojek Konvensional

Ojek adalah sarana transportasi umum beroda dua yang sudah lama dipilih oleh penduduk di Indonesia. Keberadaan ojek bersifat tidak formal sebab belum mendapatkan pengakuan resmi dari pemerintah serta tidak terikat izin operasional tertentu. Selain itu, ojek termasuk dalam kategori *paratransit* karena pada praktiknya, ojek konvensional tidak terikat pada jadwal atau rute yang tetap. Ciri khas dari ojek konvensional sendiri dalam pengoperasiannya tidak menggunakan internet untuk mendapatkan penumpang, dalam menawarkan jasanya masih manual dengan menanyakan satu per satu pelanggan yang datang atau lewat di depan pangkalan ojek. Selain itu, ojek konvensional mempunyai tempat pangkalan yang biasanya dapat dijumpai di tempat-tempat ramai seperti stasiun, terminal, rumah sakit, pasar, dan lain-lain. Sistem penentuan tarifnya juga masih tradisional dengan cara tawar menawar sampai adanya kesepakatan dari pihak ojek dan juga penumpang (Rahmani, 2022)

4. Ojek *Online*

Ojek *online* adalah bentuk transportasi umum berbasis sepeda motor yang tersedia di Indonesia. Dibandingkan dengan ojek konvensional, ojek *online* mengadopsi teknologi digital canggih untuk memfasilitasi pencarian penumpang. Sistem ini memungkinkan penumpang untuk memanggil ojek melalui aplikasi pada *smartphone* mereka, yang kemudian akan diarahkan ke lokasi penumpang untuk menjemputnya. Penentuan tarifnya pun telah ditentukan dan tertera langsung di aplikasi pada saat pelanggan akan memesan ojek *online* tersebut, tidak ada sistem tawar menawar. Ojek *online* tidak memiliki pangkalan khusus seperti ojek konvensional, akan tetapi mereka biasanya membangun atau mendiami sebuah tempat sebagai markas untuk berkumpulnya para ojek *online* (Rahmani, 2022).

C. Rumusan Masalah

Mengacu pada konteks masalah yang sudah dijelaskan sebelumnya untuk meningkatkan ketajaman penelitian, maka pertanyaan penelitian yang akan ditelaah adalah:

1. Bagaimana strategi yang dilakukan oleh ojek konvensional di Stasiun Purwokerto untuk mempertahankan eksistensinya di tengah adanya ojek *online*?
2. Apa saja faktor-faktor yang melatarbelakangi ojek konvensional di Stasiun Purwokerto tidak bergabung dengan ojek *online*?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Penelitian ini dirancang untuk menanggapi masalah yang telah diidentifikasi sebelumnya dengan tujuan utama sebagai berikut:

- a. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi yang diterapkan oleh ojek konvensional di Stasiun Purwokerto agar dapat terus beroperasi meskipun terdapat persaingan dari ojek *online*
- b. Selain itu, penelitian ini juga berusaha untuk menganalisis faktor-faktor yang menjadi alasan para pengemudi ojek konvensional di Stasiun Purwokerto memilih untuk tidak bergabung dengan ojek *online*.

2. Manfaat Penelitian

Harapan dari penelitian ini adalah untuk memberi sumbangan penting, yang tidak terbatas pada aspek teoretis namun juga merambah ke implementasi nyata, bagi semua pihak yang berkepentingan.

a. Manfaat Teoretis

Penelitian ini dapat memperkaya teori-teori yang ada, khususnya dalam bidang transportasi dan ekonomi. Studi ini dapat membantu mengembangkan model-model yang lebih baik untuk menjelaskan fenomena sosial seperti pilihan moda transportasi dan dinamika pasar. Selain itu, penelitian ini juga dapat memberikan kontribusi pada

pengembangan teori yang digunakan dalam penelitian yang relevan dengan studi transportasi.

b. Manfaat Praktis

1) Bagi Pelaku Ojek Konvensional

Dengan memahami hasil penelitian, para pengemudi dapat mengidentifikasi peluang pasar yang masih terbuka, menyusun strategi bersaing yang efektif, dan meningkatkan kualitas layanan mereka. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi dasar yang kuat untuk melakukan advokasi dan memperjuangkan kepentingan para pengemudi ojek konvensional. Dengan kata lain, penelitian ini dapat menjadi alat yang berguna bagi para pengemudi untuk bertahan dan berkembang di tengah persaingan yang semakin ketat dengan ojek *online*.

2) Bagi Pengguna Ojek di Stasiun Purwokerto

Penelitian ini sangat bermanfaat bagi pengguna jasa ojek di Stasiun Purwokerto karena memberikan informasi yang jelas dan akurat tentang pilihan transportasi yang tersedia. Dengan data yang akurat, pengguna dapat memilih jenis ojek yang paling sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mereka, baik dari segi harga, keamanan, dan kenyamanan.

3) Bagi Masyarakat Umum

Tidak hanya bagi pengguna jasa ojek, namun juga bagi masyarakat secara umum penelitian ini dapat membantu meningkatkan aksesibilitas transportasi, mendorong pertumbuhan ekonomi lokal, dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat. Dengan data yang akurat, masyarakat dapat membuat pilihan transportasi yang lebih baik, sementara pemerintah dan pemangku kepentingan dapat merancang kebijakan transportasi yang lebih efektif.

E. Kajian Pustaka

Dalam kajian literatur, teori-teori yang berkaitan dengan isu atau problematika dipaparkan, serta dianalisis kesesuaian atau perbedaannya dengan penelitian yang sedang direncanakan.

Artikel ilmiah yang ditulis oleh Juliansyah Roy, Yuli Yani, Agustria Supiasty, Agusniati, Antung Berlianti, dan Isna Wulandari berjudul "Dampak Mobilitas Ojek *Online* terhadap Keberadaan Ojek Konvensional di Kota Samarinda" mengkaji dampak dari evolusi teknologi yang menghasilkan inovasi berupa ojek *online*. Hal ini berujung pada penurunan penghasilan bagi ojek konvensional serta turut serta dalam menurunkan keberadaan ojek konvensional di Samarinda. (Roy et al., 2023).

Penelitian yang dilakukan oleh Fransisco Situmorang dan rekan-rekannya pada tahun 2020, membahas tentang keberlangsungan layanan transportasi konvensional yang dimiliki oleh penduduk setempat di era revolusi industri 4.0 di daerah Ubud, Bali. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa kehadiran layanan transportasi berbasis *online* tidak hanya mengurangi pendapatan dari pengemudi tradisional, tetapi juga telah mengikis kepercayaan para wisatawan terhadap pengemudi-pengemudi tersebut. Sebagai tanggapan atas kegelisahan yang ditimbulkan oleh layanan transportasi *online* yang dirasa mengancam keberadaan mereka, maka pada tahun 2017 dibentuklah organisasi Bali Agung Ubud (BAU). Organisasi ini beroperasi di bawah perlindungan Pecalang, yaitu organisasi keamanan lokal yang dikelola oleh Desa Adat, dan didirikan untuk mendukung pengemudi lokal dalam mempertahankan keberadaan mereka. BAU telah menetapkan kebijakan yang melarang transportasi *online* mengambil penumpang dari wilayah Kelurahan Ubud, namun tetap mengizinkan mereka untuk menurunkan penumpang di sana. (Situmorang et al., 2020).

Studi yang dihasilkan oleh Siti Chodijah dan Dita pada tahun 2022 menyoroti bahwa, perkembangan teknologi terkini di sektor transportasi publik telah menimbulkan perasaan terancam dan terdesak pada pengemudi

ojek konvensional di Kelurahan Palasari. Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami kapasitas adaptasi ojek tradisional di Kelurahan Palasari terhadap kemajuan teknologi, dan untuk mengidentifikasi strategi-strategi efektif yang dapat diadopsi oleh ojek konvensional di Kelurahan Palasari supaya dapat bertahan dalam era digitalisasi transportasi (Chodijah, 2022).

Artikel ilmiah karya Hendita Doni Prasetya dan Martinus Legowo, yang berjudul "Rasionalitas Ojek Konvensional dalam Mempertahankan Eksistensi di Tengah Adanya Ojek *Online* di Kota Surabaya", mengkaji alasan-alasan yang mendasari para pengemudi ojek konvensional untuk tetap bertahan di era digitalisasi transportasi di Surabaya, khususnya dengan munculnya layanan ojek berbasis aplikasi *online* (Prasetya & Legowo, 2021).

Tabel 1. 1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti dan Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
1.	Juliansyah Roy, Yuli Yani, Agustria Supiasty, Agusniati, Antung Berlianti, Isna Wulandari. “ <i>Pengaruh mobilitas ojek online terhadap eksistensi ojek konvensional di kota Samarinda</i> ” (2023) Abdimu Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat; Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, Volume 02 Issue 1, 2023. Pages 47-52	Penelitian ini mengungkap bahwa faktor dominan yang memicu persaingan antara ojek <i>online</i> dengan ojek konvensional adalah pendapatan yang tidak menentu dari ojek konvensional, yang mengakibatkan keberadaan mereka.	Sama-sama meneliti tentang eksistensi ojek konvensional. Perbedaannya meliputi Lokasi, waktu dan metode penelitian, dan fokus penelitian.
2.	Fransisco Situmorang, Agnes	Hasil penelitian dapat disimpulkan	Sama-sama meneliti tentang eksistensi

	<p>Anggi Hasian Silaban, Ziyadatur Rohmi, Ida Bagus Suryawan (2020) <i>“Eksistensi Jasa Transportasi Konvensional Milik Masyarakat Lokal pada Era Revolusi Industri 4.0 di Kelurahan Ubud, Bali”</i></p> <p>Jurnal Destinasi Pariwisata, Vol.8 No 1</p>	<p>bahwa Tingkat permintaan atas layanan jasa transportasi konvensional di Kelurahan Ubud, Bali sangat dipengaruhi oleh faktor harga, jarak tempuh, dan lama penggunaan yang saling berkaitan satu sama lain.</p>	<p>dan strategi yang dilakukan untuk mempertahankan eksistensinya. Perbedaannya terletak pada Lokasi, waktu, metode penelitian, dan perbedaan yang cukup kental tentang tradisi/budaya di Bali dengan Purwokerto.</p>
3.	<p>Siti Chodijah, Dita (2022) <i>“Strategi Ojek Konvensional Dalam Mempertahankan Eksistensi di Tengah digitalisasi transportasi”</i></p> <p>Distingsi: Journal of Digital Society, Vol 1 No. 1 2022</p>	<p>Hasil dari penelitian ini yaitu mengungkap fakta bahwa ketidaksiapan ojek konvensional dalam menghadapi kemajuan teknologi dan akhirnya mereka menggunakan strategi pembatasan wilayah, membuat paguyuban, dan lain-lain agar tetap eksis.</p>	<p>Sama-sama membahas mengenai eksistensi dan strategi yang dilakukan ojek konvensional. Perbedaannya pada Lokasi, waktu, metode, dan fokus penelitian</p>
4.	<p>Doni Prasetya dan Martinus Legowo <i>“Rasionalitas Ojek Konvensional Dalam Mempertahankan Eksistensi Di Tengah Adanya Ojek Online Di Kota Surabaya”</i></p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan ojek konvensional dalam melakukan Tindakan mempertahankan eksistensi di tengah adanya ojek <i>online</i> memiliki preferensi lain, di antaranya nilai solidaritas dan nilai tradisi</p>	<p>Perbedaan lokasi dan waktu penelitian. Persamaan pada subjek penelitian yaitu ojek konvensional dan objek penelitian yaitu eksistensinya</p>

5.	<p>Afiq Chamim Mubaroq, Christina Tri Setyorini, Laeli Budiarti (2024) “Dinamika Ojek Konvensional: Studi Fenomenologi dalam Menghadapi Ketidakpastian Pendapatan dan Mempertahankan Eksistensi”</p> <p>Jurnal Iqtishoduna Vol. 20 No. 1</p>	<p>Hasil penelitian ini setidaknya berimplikasi pada tiga hal; Pertama, penelitian ini memvalidasi landasan teoritis yaitu teori keputusan, yaitu dengan menjelaskan kondisi ojek konvensional dan strategi bagaimana mereka bertahan dalam profesinya. Kedua, meningkatkan kesadaran dalam hal literatur bagaimana preferensi pengemudi ojek konvensional dalam menjalankan profesinya secara mendalam, kebanyakan penelitian hanya mengukur dari sisi numerial, sehingga tidak menangkap esensi dari profesi ojek konvensional. Terakhir, berkontribusi dalam mengkaji suatu perspektif tentang pekerjaan yang berada dalam ketidakpastian.</p>	<p>Persamaan Lokasi penelitian dan sama-sama menganalisis tentang eksistensi. Perbedaannya terletak pada menggunakan pendekatan fenomenologi.</p>
----	--	---	---

F. Sistematika Pembahasan

Untuk meningkatkan efisiensi peneliti dalam studi ini, struktur penulisan yang terdiri dari lima bagian utama telah dirancang. Setiap bagian

dibagi menjadi beberapa sub-bagian yang relevan dengan area studi untuk memastikan bahwa fokus penelitian tetap terarah. Struktur penulisan ini diatur sebagai berikut.

Bab I Pendahuluan

Bab ini berfungsi sebagai pengantar, memberikan gambaran umum yang mencakup konteks masalah, terminologi kunci, pertanyaan penelitian, tujuan, dan kegunaan penelitian. Bab ini juga meninjau literatur terkait, termasuk studi-studi sebelumnya, dan memaparkan struktur pembahasan.

Bab II Landasan Teori

Bab ini menyajikan ulasan literatur yang mendalam, mengacu pada teori-teori utama dan kerangka konseptual yang relevan dengan variabel atau indikator dalam penelitian.

Bab III Metode Penelitian

Bab tiga menguraikan metodologi penelitian, termasuk pendekatan yang diambil, lokasi, waktu, serta subjek dan objek yang diteliti. Bab ini juga menjelaskan sumber data, cara pengumpulan dan analisis data, serta validasi hasilnya.

Bab IV Hasil Dan Pembahasan

Bab keempat menampilkan temuan penelitian mengenai eksistensi, strategi ojek konvensional di tengah adanya ojek *online*, serta faktor-faktor yang melatarbelakangi ojek konvensional di Stasiun Purwokerto tidak bergabung dengan ojek *online*.

Bab V Kesimpulan Dan Saran

Bab kelima menutup dengan simpulan, saran, dan rekomendasi berdasarkan data, dilengkapi dengan referensi dan lampiran sebagai penunjang.

BAB II LANDASAN TEORI

A. Konsep Eksistensi

1. Pengertian Eksistensi

Kamus Besar Bahasa Indonesia mendefinisikan eksistensi sebagai kondisi atau realitas keberadaan. Kata "eksistensi" sendiri berasal dari bahasa Latin '*existere*', yang terdiri dari '*eks*' yang berarti keluar, dan '*sistere*' yang berarti berdiri atau ada. Oleh karena itu, eksistensi diartikan sebagai kemampuan sesuatu untuk muncul dari keadaannya atau melampaui batas dirinya. Eksistensi tidaklah statis atau terbatas; sebaliknya, ia bersifat dinamis dan mampu berkembang atau menurun, tergantung pada sejauh mana ia dapat merealisasikan potensinya. (Abidin, 2006)

Dalam keseharian, tidak ada entitas lain selain manusia yang menunjukkan karakteristik *existere*. Manusia adalah satu-satunya yang memiliki eksistensi dan mampu melewati batas dirinya sendiri. Melebihi batasan biologis dan lingkungan fisik, manusia berupaya untuk tidak dibatasi oleh keterbatasan yang ada. Para ahli dalam bidang filsafat eksistensialisme berpendapat: manusia merupakan proses yang terus bergerak dan dinamis. Eksistensi berarti memiliki keberanian untuk membuat keputusan penting yang akan mempengaruhi hidupnya. Jika seseorang tidak mampu membuat keputusan atau bertindak, maka ia tidak benar-benar bereksistensi.

Secara umum, eksistensi diartikan sebagai keberadaan sesuatu. Namun, dalam konteks filsafat eksistensialisme, eksistensi mendapat pengertian khusus: bukan sekadar keberadaan, melainkan bagaimana manusia memperlihatkan keberadaannya (aktualisasi). Keberadaan manusia di dunia ini unik dan berbeda dari objek-objek lain; objek-objek tersebut tidak memiliki kesadaran akan eksistensinya sendiri dan tidak memiliki relasi yang bermakna satu sama lain, walaupun mereka berada dalam kedekatan fisik.

Kehadiran manusia di tengah-tengah objek-objek inilah yang memberikan makna pada eksistensi manusia. Objek-objek memiliki cara eksistensi yang berbeda dibandingkan dengan manusia. Menurut pandangan eksistensialisme, objek hanya memiliki keberadaan yang pasif, sementara manusia memiliki eksistensi yang lebih mendalam; tidak hanya sekedar ada, tetapi memiliki kesadaran eksistensial. Ini menunjukkan bahwa manusia memiliki kesadaran diri dalam dunia, hadir dan mengalami kehadirannya. Manusia berinteraksi dengan dunia, memahami apa yang dihadapinya, dan memahami makna dari kehidupannya. Dengan demikian, manusia adalah subjek yang sadar dan menyadari eksistensi dirinya, sedangkan objek-objek yang ia sadari merupakan objek. (Tafsir, 1992). Dalam pencarian makna eksistensi di dunia ini, manusia tidak semata-mata menelisik esensi dirinya sendiri; melainkan juga sesuatu yang terkait erat dengan keberadaannya.

Untuk memenuhi keperluan hidup, manusia berinteraksi dengan objek di sekitarnya dan berupaya mencapai aspirasinya, entah itu melalui pekerjaan di perusahaan swasta, mengelola bisnis sendiri, bekerja pada lembaga pemerintah, atau mencoba peruntungan dalam layanan jasa seperti ojek. Adapun eksistensi yang dibahas dalam penelitian ini adalah tentang keberlangsungan ojek konvensional yang ditinjau dari elemen ketahanan. Konsep ini penting untuk mengamati bagaimana ojek konvensional berjuang mempertahankan eksistensinya di era dominasi ojek *online* yang sedang tumbuh cepat.

2. Indikator Eksistensi Ojek Konvensional

Ketahanan ojek konvensional dapat diartikan sebagai kapasitas dari ojek konvensional untuk terus eksis. Indikator-indikator yang menentukan kemampuan ini meliputi berbagai studi yang kemudian dipecah menjadi beberapa variabel. Pertama-tama, faktor lokasi dianalisis berdasarkan komoditas, aktivitas di lokasi, dan karakteristik konsumen. Selanjutnya, persepsi konsumen mengenai keberadaan ojek konvensional dipertimbangkan, termasuk kenyamanan, keamanan, tarif,

aksesibilitas, dan kualitas layanan. Akhirnya, persepsi dari pihak ojek konvensional sendiri juga penting, dengan variabel seperti perubahan dalam pendapatan, jumlah pelanggan, dan harga yang ditawarkan. (Nika & Ali, 2013).

Indikator eksistensi memiliki kaitan dengan tindakan konsumen dalam mengilustrasikan proses pengambilan keputusan pembelian serta cara mereka memanfaatkan dan mengelola akuisisi produk dan layanan. Selain itu, perilaku konsumen mencakup pemeriksaan terhadap elemen-elemen yang berdampak pada keputusan membeli dan mengaplikasikan barang dan jasa.

B. Ojek Konvensional

1. Sejarah Keberadaan Ojek Konvensional Menurut Undang-Undang

Pengertian angkutan menurut pasal 1 angka 3 Undang-undang Lalu Lintas Angkutan Jalan adalah “Perpindahan orang dan/atau barang dari suatu tempat ke tempat lain dengan menggunakan kendaraan di Ruang Lalu Lintas Jalan”. Angkutan umum dapat dikategorikan menjadi dua jenis: pertama, angkutan umum *paratransit*, yang beroperasi tanpa rute atau jadwal tetap dan berhenti di mana saja sepanjang jalurnya; kedua, angkutan umum *masstransit*, yang beroperasi berdasarkan rute dan jadwal yang telah ditentukan dengan tempat pemberhentian yang spesifik.

Motor dianggap sebagai salah satu tipe kendaraan pribadi; akan tetapi, kini motor juga berperan sebagai sarana transportasi publik dengan menyediakan jasa pengangkutan orang atau barang berdasarkan tarif yang telah disetujui bersama. Angkutan orang menurut PP Nomor 74 Tahun 2014 tentang Angkutan Jalan dalam Pasal 4 ayat (1) adalah angkutan orang dengan menggunakan Kendaraan Bermotor sebagaimana dalam Pasal 3 ayat (1) huruf a berupa Sepeda Motor, Mobil Penumpang atau Mobil Bus. Transportasi semacam ini dikenal dengan nama ojek.

2. Pengertian Ojek Konvensional

Pengertian ojek menurut Badan Pengembangan dan Pembinaan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), adalah sepeda atau sepeda motor yang ditambahkan dengan cara membonceng penumpang atau penyewanya. Berdasarkan Pasal 1 nomor 22 angka 20 Undang Undang Lalu Lintas Jalan tahun 2009, menyatakan bahwa sepeda motor adalah kendaraan bermotor beroda dua dengan atau tanpa rumah-rumah dan dengan atau tanpa kereta samping atau kendaraan bermotor beroda tiga tanpa rumah-rumah. Sehingga dapat disimpulkan, ojek merupakan sarana transportasi darat yang menggunakan kendaraan roda dua (sepeda motor) untuk mengangkut penumpang dari satu tujuan ke tujuan lainnya kemudian menarik bayaran sesuai kesepakatan antara penumpang dan penyedia jasa.

3. Pola Kerja Ojek Konvensional

Ojek konvensional dikenal demikian sebab adanya lokasi tertentu yang berfungsi sebagai pusat berkumpulnya para pengemudi ojek, yang sering disebut dengan istilah pangkalan. Beberapa tempat yang biasa digunakan sebagai pangkalan ojek yaitu pasar, stasiun, terminal, rumah sakit, dan tempat-tempat keramaian lainnya. Ojek konvensional beroperasi tanpa struktur kerja yang tetap. Cara kerjanya: ketika pelanggan membutuhkan layanan ojek, mereka perlu mendatangi pangkalan, menyampaikan tujuan mereka, dan menegosiasikan tarif dengan pengemudi ojek tersebut. (Rahmani, 2022).

4. Tinjauan Tentang Strategi

Pada intinya, strategi dibuat untuk menghasilkan tanggapan terhadap perubahan eksternal yang signifikan bagi sebuah organisasi. Perubahan tersebut akan ditanggapi dengan mempertimbangkan kapasitas internal organisasi tersebut: seberapa jauh organisasi mampu memanfaatkan kesempatan yang ada dan mengurangi risiko eksternal

untuk mendapatkan keuntungan terbesar dengan menggunakan kelebihan yang dimiliki oleh organisasi pada masa kini.

Kegagalan dan ketidakpedulian dalam mengakui perubahan pada lingkungan eksternal dapat mengejutkan sebuah organisasi. Oleh karena itu, strategi menjadi penting untuk memelihara, memperkuat, dan meningkatkan performa serta keunggulan kompetitif suatu organisasi. Penelitian menunjukkan bahwa organisasi dengan strategi yang terdefinisi dengan baik cenderung memiliki performa yang lebih baik daripada mereka yang strateginya kurang jelas atau tidak terdefinisi. (Sudiantini & Hadita, 2022)

Untuk memajukan sebuah bisnis, diperlukan strategi yang efisien. Tindakan strategis dalam pengembangan bisnis berfungsi untuk mengatasi tantangan yang timbul dan juga memberikan arahan untuk operasional industri. Berikut ini adalah beberapa tipe strategi yang digunakan dalam pengembangan bisnis:

a. Strategi Integrasi Vertikal

Strategi yang diuraikan ini dirancang untuk memastikan bahwa perusahaan dapat mengontrol secara penuh terhadap distributor, supplier, serta pesaing dengan cara seperti pengelolaan oleh manajer, pengambilalihan, atau pendirian perusahaan baru. Beberapa taktik yang termasuk dalam kategori strategi integrasi vertikal adalah sebagai berikut:

- 1) Strategi Integrasi Maju: Tujuan dari strategi ini adalah untuk meningkatkan kontrol perusahaan atas distributor.
- 2) Strategi Integrasi Mundur: Strategi ini diarahkan untuk memperkuat pengawasan perusahaan atas kualitas bahan baku.
- 3) Strategi Integrasi Horizontal: Strategi ini difokuskan pada penguasaan atau pengendalian atas kompetitor (Alim, 2022).

b. Strategi Intensif (*Intensive Strategy*)

Strategi yang diuraikan ini menuntut inisiatif yang berkelanjutan untuk memperkuat posisi kompetitif perusahaan

melalui pemanfaatan produk-produk yang tersedia. Terdapat tiga kategori utama dalam strategi intensif, antara lain:

- 1) Strategi Penetrasi Pasar: Inisiatif ini difokuskan pada ekspansi pangsa pasar melalui intensifikasi kegiatan pemasaran untuk hasil yang lebih optimal.
- 2) Strategi Pengembangan Pasar: Tujuan dari pendekatan ini adalah memperkenalkan produk dan layanan yang sudah ada ke wilayah baru.
- 3) Strategi Pengembangan Produk: Strategi ini bertujuan untuk meningkatkan atau memodernisasi produk yang telah tersedia sebelumnya (Alim, 2022).

c. Strategi Diversifikasi (*Diversification Strategy*)

Strategi yang dirancang ini bertujuan untuk memperkenalkan produk baru ke pasar. Meskipun strategi ini mungkin tidak terkenal di kalangan umum, penting untuk mempertimbangkan karena kompleksitas manajerial yang terlibat dalam mengelola berbagai aktivitas bisnis. Terdapat tiga kategori utama dalam strategi ini, yaitu:

- 1) Strategi Diversifikasi Konsentris: Pendekatan ini mengadvokasi pengenalan produk dan layanan baru yang masih terkait dengan penawaran saat ini.
- 2) Strategi Diversifikasi Horizontal: Pendekatan ini menyarankan penambahan produk atau layanan baru yang tidak terkait dengan basis konsumen saat ini.
- 3) Strategi Diversifikasi Konglomerat: Pendekatan ini menargetkan penambahan produk yang tidak berkaitan untuk memasuki pasar yang berbeda. (Alim, 2022)

d. Strategi Bertahan (*Defensive Strategy*)

Strategi yang dimaksudkan adalah untuk memastikan bahwa perusahaan dapat melakukan langkah-langkah penyelamatan untuk menghindari kerugian signifikan yang dapat menyebabkan

kebangkrutan. Bertahan berarti menjaga posisi dan memperkuat pertahanan, menghindari godaan, dan tindakan serupa lainnya. (Athaya, 2022)

Sebuah strategi defensif akan terbukti efisien apabila organisasi yang bersangkutan dapat menyesuaikan diri dengan permasalahan yang muncul dalam beraneka ragam situasi. (Oktavia & Suharsono, 2022). Ada beragam taktik pertahanan yang dapat diterapkan, yang meliputi:

- 1) Strategi *Joint Venture*: Strategi ini berarti menciptakan entitas bisnis baru melalui penggabungan dua perusahaan yang berdiri sendiri, terlepas dari perusahaan induk.
- 2) Strategi *Retrenchment*: Strategi ini melibatkan pengurangan aset dan pengeluaran perusahaan sebagai langkah strategis.
- 3) Strategi *Divestiture*: Strategi ini diterapkan untuk mengakuisisi dana tambahan dari rencana investasi atau untuk memajukan strategi akuisisi yang telah direncanakan. (Oktavia & Suharsono, 2022).

C. Ojek *Online*

1. Pengertian Ojek *Online*

Ojek *online* merupakan perusahaan angkutan yang memiliki tinjauan sumber hukum jasa transportasi berbasis *online*. Pengertian Perusahaan angkutan umum berdasarkan Pasal 1 angka 21 UU No. 22 Tahun 2009 adalah badan hukum yang menyediakan jasa angkutan orang dan/atau barang dengan kendaraan bermotor umum. Mengacu pada ketentuan Pasal 1 angka 21 UU No. 22 Tahun 2009, modal yang dipergunakan oleh perusahaan angkutan umum adalah kendaraan bermotor umum. Menunjuk pada ketentuan Pasal 1 angka 10 UU No. 22 Tahun 2009, pengertian dari kendaraan bermotor umum adalah setiap kendaraan yang digunakan untuk angkutan barang dan/atau orang dengan dipungut bayaran. Dalam hal ini, unsur biaya memang sangat

melekat pada hakikat perusahaan yang memang mengejar keuntungan atau laba (*profit oriented*).

Kesimpulannya, ojek *online* adalah layanan transportasi umum yang berbasis teknologi, dioperasikan melalui aplikasi *smartphone* yang memungkinkan pengguna untuk dengan mudah memanggil pengemudi ojek. Layanan ini tidak hanya terbatas pada pengangkutan individu atau barang, tetapi juga menawarkan kemudahan dalam pembelian barang dan pemesanan makanan. Dengan memanfaatkan kemajuan teknologi, ojek *online* memberikan solusi praktis bagi kebutuhan sehari-hari masyarakat.

2. Karakteristik Transportasi atau Ojek *Online*

Karakteristik ojek *online* seperti Gojek, Grabike, Maxim, Ladyjek dan lain-lain merupakan sintesis antara metode pengangkutan konvensional dengan metode transaksi yang bersifat elektronik. Karakteristik transportasi atau ojek *online* ini dapat dikatakan karakteristik yang unik karena menggabungkan unsur pengangkutan yang diatur dalam UU No. 22 Tahun 2009 dan peraturan pelaksanaannya dengan unsur transaksi elektronik yang diatur Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (disingkat UU No. 11 Tahun 2008) beserta peraturan pelaksanaannya.

Saat ini, dokumen seperti tiket atau kontrak pengiriman barang umumnya masih tercetak sebagai "tinta di atas kertas". Namun, kemunculan ojek *online* telah mengubah paradigma ini dengan memperkenalkan dokumen pengangkutan dalam format elektronik. Dokumen-dokumen ini mencakup informasi yang dihasilkan, dikirim, diterima, atau disimpan secara elektronik dalam berbagai format seperti analog, digital, elektromagnetik, atau optikal, yang dapat diakses melalui perangkat komputer atau elektronik. Informasi ini bisa berupa teks, suara, gambar, peta, desain, foto, dan lain-lain, serta mencakup huruf, simbol, angka, kode akses, atau perforasi yang bermakna dan

dapat dimengerti oleh mereka yang memiliki kemampuan untuk memahaminya. Ini menandai perubahan signifikan dalam karakteristik "bukti" dalam evolusi pengangkutan saat ini.

Layanan transportasi *online*, termasuk Gojek, Grabike, Maxim, dan sejenisnya, adalah terobosan terkini dalam industri transportasi yang dikelola oleh perusahaan-perusahaan khusus yang menggandeng para mitra kerja. Bisnis ini beroperasi dengan menyediakan layanan pengangkutan orang dan/atau pengiriman barang untuk konsumen melalui sistem *online*.

Setiap layanan yang ditawarkan oleh perusahaan transportasi berbasis aplikasi ditetapkan dengan biaya tertentu, dan tanggung jawab konsumen adalah untuk menyelesaikan pembayaran atas layanan yang digunakan. Misalnya, Gojek telah mengembangkan Gojek *Credit*, sebuah sistem pembayaran non-tunai yang memungkinkan pelanggan untuk menutup biaya semua jenis layanan yang mirip dengan cara kerja kartu debit. Di sisi lain, perusahaan transportasi *online* memperoleh hak untuk menerima pembayaran, sementara pelanggan berhak atas layanan transportasi yang mereka gunakan, termasuk pengangkutan penumpang dan/atau barang. Berdasarkan tarif yang dibayarkan, perusahaan berbagi keuntungan dengan mitra sesuai dengan perjanjian *profit sharing* yang telah disepakati. (Wijaya, 2019).

3. Sistem Kerja Ojek *Online*

Proses operasional ojek *online* terbilang praktis. Esensi dari layanan ojek *online* adalah untuk menyederhanakan proses pemesanan bagi siapa saja yang membutuhkan. Sarana transportasi ini, yang tersedia dengan cepat dan mudah, menawarkan solusi bagi mereka yang enggan meninggalkan rumah atau tidak ingin mengemudikan kendaraan pribadi. Berbeda dengan ojek konvensional yang mengharuskan kita mencari dan pergi ke pangkalan ojek serta tawar-menawar harga yang bisa memakan waktu, ojek *online* menawarkan kemudahan yang

menjadikannya inovasi yang sangat membantu dalam menemukan layanan transportasi.

Beberapa hal yang dapat menjadi nilai lebih bagi ojek *online* dari sisi konsumen dibanding dengan ojek konvensional, antara lain:

- a. Identitas pengendara diketahui dengan jelas, bahkan terdapat foto pengendara
- b. Mudah menemukan *driver* yang dekat dengan lokasi titik jemput penumpang
- c. Tidak ada kebutuhan untuk negosiasi harga.
- d. Memiliki kepastian tentang biaya sebelum memulai perjalanan.
- e. Tersedia beragam promosi dan penawaran menarik untuk pelanggan.
- f. Pemesanan yang efisien, bisa dilakukan kapan pun dan di mana pun.

Dari perspektif para pengendara ojek, mereka yang biasanya perlu mempromosikan layanan mereka kepada pelanggan yang melintas, kini tidak lagi harus melakukan hal tersebut. Seorang pengendara cukup memilih apakah akan menerima atau menolak penawaran yang ditampilkan di aplikasi. Adapun beberapa keuntungan yang bisa didapatkan oleh pengendara antara lain:

- a. Tidak ada keharusan untuk mempromosikan layanan kepada setiap individu yang ditemui.
- b. Terhindar dari situasi berhadapan dengan pelanggan yang melakukan penawaran melebihi batas kewajaran.
- c. Mengetahui dengan pasti tujuan pelanggan sebelum berangkat.

D. Teori Tindakan Sosial Max Weber 1922

Adaptasi merupakan proses penyesuaian diri terhadap kondisi lingkungan. Proses ini melibatkan perubahan pada diri sendiri agar sesuai dengan situasi lingkungan atau sebaliknya, mengubah lingkungan untuk memenuhi kebutuhan pribadi. Pada intinya, adaptasi adalah langkah yang diperlukan untuk memenuhi kriteria yang memungkinkan keberlangsungan

hidup. Kriteria ini termasuk kebutuhan sosial, di mana interaksi antarmanusia diperlukan untuk menjaga ketertiban dan menghindari perasaan terisolasi. Contoh nyata dari ini adalah pada tahun 2011, saat ojek *online* mulai muncul sebagai pesaing baru bagi ojek konvensional. Masyarakat menyambut positif kehadiran ojek *online* karena kemudahannya dalam mendukung aktivitas sehari-hari, terutama dalam hal transportasi. Situasi ini mendorong ojek konvensional untuk menyesuaikan diri dengan digitalisasi agar tetap relevan dan bertahan. (Wulanjani, 2024)

Studi ini menggunakan teori tindakan sosial Max Weber dari tahun 1922 untuk menganalisis bagaimana ojek konvensional berupaya mempertahankan keberadaannya. Penelitian ini menyoroti tindakan rasional yang diambil oleh pengemudi ojek konvensional sebagai respons terhadap persaingan dari ojek *online*. Dengan demikian, komunitas ojek konvensional di Stasiun Purwokerto berinisiatif untuk berinovasi dan menemukan cara-cara baru agar dapat terus eksis dan bertahan dalam industri transportasi yang dinamis. (Douglas, G, 2012).

Studi ini mengkaji teori tindakan sosial Max Weber tentang rasionalitas yang diperkenalkan pada tahun 1992. Rasionalitas, sebagai konsep inti yang diterapkan oleh Weber, berfungsi untuk membedakan berbagai jenis tindakan sosial. Tindakan sosial didefinisikan sebagai tindakan yang dilakukan oleh individu yang memiliki makna subjektif bagi pelaku tersebut dan yang bertujuan untuk mempengaruhi perilaku orang lain. (Wulanjani, 2024)

Konsep Max Weber mengenai tindakan sosial menekankan pada pemahaman akan motivasi dan tujuan dari subjek yang bertindak. Teori ini menjelaskan bahwa untuk memahami perilaku baik individu maupun kelompok, penting untuk mengenali motif di balik setiap tindakan yang mereka lakukan. Weber menyarankan bahwa memahami beragam alasan di balik tindakan seseorang adalah kunci utama. Ia mengklasifikasikan tindakan menjadi empat kategori, yang masing-masing didasarkan pada motivasi pelakunya: tindakan tradisional, tindakan afektif, tindakan

rasional-instrumental, dan tindakan berdasarkan rasionalitas nilai. (Prahesti, 2021)

1. Tindakan yang bersifat tradisional adalah tindakan yang muncul dari kebiasaan yang telah berlaku turun-temurun.
2. Tindakan afektif adalah tindakan yang berorientasi pada emosi dan kondisi psikologis, yang mempengaruhi pertimbangan seseorang dalam merespons lingkungan eksternal dan interaksi sosial untuk memenuhi kebutuhannya.
3. Tindakan rasional instrumental adalah tindakan yang berfokus pada pencapaian tujuan dengan cara yang rasional, mempertimbangkan faktor-faktor yang relevan.
4. Rasionalitas nilai adalah tindakan yang didasarkan pada keyakinan nilai pribadi, dilakukan untuk alasan dan tujuan yang terkait dengan nilai tersebut, tanpa mempertimbangkan kemungkinan sukses atau kegagalan dari tindakan itu sendiri.

Menurut pandangan Max Weber pada tahun 1922, tindakan sosial merupakan tindakan yang dilakukan oleh individu yang memiliki makna subjektif bagi pelaku dan ditujukan pada individu lain. Tindakan yang ditujukan pada objek benda mati tidak termasuk dalam tindakan sosial. Sebuah tindakan dianggap sosial apabila secara eksplisit ditujukan kepada individu lain. Tindakan sosial seringkali bersifat internal atau subjektif, yang mungkin muncul akibat pengaruh positif dari suatu situasi. Terkadang, tindakan tersebut dapat diulang dengan sengaja karena adanya situasi yang mirip, atau sebagai bentuk persetujuan implisit dalam kondisi tertentu. (Douglas, G, 2012)

E. Teori Difusi Inovasi Everett M Rogers

Difusi Inovasi terdiri dari dua padanan kata yaitu difusi dan inovasi. Rogers (1983) mendefinisikan difusi sebagai proses dimana suatu inovasi dikomunikasikan melalui saluran tertentu dalam jangka waktu tertentu di antara para anggota suatu sistem sosial (*the process by which an innovation*

is communicated through certain channels overtime among the members of a social system). Di samping itu, difusi juga dapat dianggap sebagai suatu jenis perubahan sosial yaitu suatu proses perubahan yang terjadi dalam struktur dan fungsi sistem sosial.

Inovasi adalah suatu gagasan, praktek, atau benda yang dianggap/dirasa baru oleh individu atau kelompok masyarakat. Ungkapan dianggap/dirasa baru terhadap suatu ide, praktek atau benda oleh sebagian orang, belum tentu juga pada sebagian yang lain. Ke semuanya tergantung apa yang dirasakan oleh individu atau kelompok terhadap ide, praktek atau benda tersebut.

Dari kedua padanan kata di atas, maka Difusi Inovasi adalah suatu proses penyebar serapan ide-ide atau hal-hal yang baru dalam upaya untuk mengubah suatu masyarakat yang terjadi secara terus menerus dari suatu tempat ke tempat yang lain, dari suatu kurun waktu ke kurun waktu yang berikut, dari suatu bidang tertentu ke bidang yang lainnya kepada sekelompok anggota dari sistem sosial. Tujuan utama dari difusi inovasi adalah diadopsinya suatu inovasi (ilmu pengetahuan, teknologi, bidang pengembangan masyarakat) oleh anggota sistem sosial tertentu. Sistem sosial dapat berupa individu, kelompok informal, organisasi sampai kepada masyarakat.

Menurut Rogers, proses difusi inovasi terdiri dari 5 tahap, yaitu:

1. Tahap Pengetahuan (*Knowledge*), tahap ini berlangsung, bila seseorang atau unit pengambil keputusan yang lain, membuka diri terhadap adanya suatu inovasi serta ingin mengetahui bagaimana fungsi inovasi tersebut. Dalam tahap ini, seseorang belum memiliki informasi mengenai inovasi baru. Untuk itu informasi mengenai inovasi tersebut harus disampaikan melalui berbagai saluran komunikasi yang ada, bisa melalui media elektronik, media cetak, maupun komunikasi interpersonal diantara masyarakat. Tahapan ini juga dipengaruhi oleh beberapa karakteristik dalam pengambilan keputusan, yaitu: (1) Karakteristik sosial-ekonomi, (2) Nilai-nilai pribadi dan (3) Pola komunikasi.

2. Tahap Bujukan (*Persuasion*), tahap ini berlangsung ketika seseorang atau unit pengambil keputusan yang lain, mulai membentuk sikap menyenangkan atau tidak menyenangkan terhadap inovasi. Pada tahap ini individu tertarik pada inovasi dan aktif mencari informasi/detail mengenai inovasi. Tahap kedua ini terjadi lebih banyak dalam tingkat pemikiran calon pengguna. Inovasi yang dimaksud berkaitan dengan karakteristik inovasi itu sendiri, seperti: (1) Kelebihan inovasi, (2) Tingkat keserasian, (3) Kompleksitas, (4) Dapat dicoba dan (5) Dapat dilihat.
3. Tahap Keputusan (*Decision*), tahap ini berlangsung ketika seseorang atau unit pengambil keputusan yang lain, melakukan aktivitas yang mengarah ke penetapan untuk memutuskan menerima atau menolak inovasi.
4. Tahap Implementasi (*Implementation*), tahap ini berlangsung ketika seseorang atau unit pengambil keputusan yang lain, menerapkan atau menggunakan inovasi. Pada tahap ini mempekerjakan individu untuk inovasi yang berbeda-beda tergantung pada situasi. Selama tahap ini individu menentukan kegunaan dari inovasi dan dapat mencari informasi lebih lanjut tentang hal itu.
5. Tahap Konfirmasi (*Confirmation*), tahap ini berlangsung ketika seseorang atau unit pengambil keputusan yang lain, mencari penguatan terhadap keputusan inovasi yang telah dibuatnya. Pengambil keputusan dapat menarik kembali keputusannya jika ternyata diperoleh informasi tentang inovasi yang bertentangan dengan informasi yang diterima terdahulu.

Karakteristik dari teori Difusi Inovasi ini adalah dapat mempersuasi atau mempengaruhi individu atau kelompok sosial tertentu. Melalui perkembangan media pada saat ini tentu saja akan mempermudah dalam penyebaran informasi kepada khalayak luas. Apalagi, di masa yang modern ini pasti masyarakat membutuhkan sebuah inovasi baru seiring dengan perkembangan zaman. Inovasi ini nantinya akan digunakan

untuk mempermudah mereka dalam menjalankan aktivitasnya. Namun, segala inovasi tersebut pastinya bisa saja ditolak atau juga diterima oleh individu atau kelompok sosial tersebut.

F. Landasan Teologis

Ojek adalah mode transportasi yang sering dipilih oleh banyak orang untuk mencapai destinasi yang diinginkan. Dari perspektif Islam, penggunaan ojek dianggap sebagai salah satu cara praktis dalam memanfaatkan sarana transportasi untuk meningkatkan kemudahan dalam berpindah tempat.

Menjadi seorang pengemudi ojek adalah cara yang dipilih oleh beberapa orang untuk mendapatkan penghasilan, yang nantinya akan digunakan untuk memenuhi keperluan sehari-hari. Dari perspektif Islam, bekerja merupakan salah satu bentuk manifestasi dari kepercayaan, karena dalam ajaran Islam, bekerja dianggap sebagai bagian dari fitrah manusia. Sesungguhnya, manusia hanya akan memperoleh hasil dari apa yang telah dikerjakannya.

Tujuan penciptaan manusia adalah untuk mengabdikan kepada Allah SWT, seperti yang dijelaskan dalam Al-Quran, khususnya pada surat ad-Dzariyat ayat 56 yang menyatakan:

وَمَا خَلَقْتُ الْجِنَّ وَالْإِنْسَ إِلَّا لِيَعْبُدُونِ

“Tidaklah Aku menciptakan jin dan manusia kecuali untuk beribadah kepada-Ku”

Bekerja merupakan salah satu cara umum dalam menjalankan ibadah. Keberhasilan, kebaikan, serta perubahan positif dari situasi yang kurang menguntungkan menjadi kondisi yang lebih baik hanya dapat tercapai melalui pekerjaan yang sesuai dengan kompetensi individu. Kegiatan bekerja memungkinkan seseorang untuk menunjukkan keberadaannya dalam masyarakat, sebab melalui pekerjaan, seseorang tidak hanya berkontribusi pada kemajuan ekonomi komunal, tetapi juga merefleksikan pengamalan ajaran-ajaran agama.

Para pelaku ojek konvensional memiliki keyakinan bahwasannya rezeki merupakan ketentuan dari Allah SWT. Hal ini terkandung dalam Q.S. At-Talaq 2-3 yang menyatakan:

وَمَنْ يَتَّقِ اللَّهَ يَجْعَلْ لَهُ مَخْرَجًا وَيَرْزُقْهُ مِنْ حَيْثُ لَا يَحْتَسِبُ وَمَنْ يَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ فَهُوَ حَسْبُهُ إِنَّ اللَّهَ بَالِغُ أَمْرِهِ قَدْ جَعَلَ اللَّهُ لِكُلِّ شَيْءٍ قَدْرًا

“Barangsiapa yang bertakwa kepada Allah, niscaya Dia akan membukakan jalan keluar baginya. Dan memberinya rezeki dari arah yang tiada disangka-sangkanya. Dan barangsiapa yang bertawakal kepada Allah, niscaya Allah akan mencukupkan (keperluan)-nya. Sesungguhnya Allah melaksanakan urusan yang (dikehendaki)-Nya, sesungguhnya Allah telah mengadakan ketentuan bagi tiap-tiap sesuatu.”

Dalam Surat Ath-Thalaq ayat 3 dijelaskan bahwa tawakal kepada Allah merupakan kunci utama dalam meraih kecukupan dan ketenangan hidup. Allah berjanji akan mencukupi segala kebutuhan hamba yang benar-benar bertawakal. Sejatinya, tawakal bukan sekadar pasrah tanpa usaha, tetapi bentuk keyakinan penuh bahwa Allah yang mengatur rezeki dan jalan keluar dari setiap kesulitan. Ketika seorang hamba menggantungkan sepenuhnya harapannya kepada Allah, maka Dia akan memberikan solusi dan kecukupan dari arah yang tidak terduga. Allah akan membuka jalan keluar dari setiap permasalahan dan memberikan rezeki dari arah yang tidak disangka-sangka. Tawakal tidak berarti meninggalkan usaha, tetapi menanamkan keyakinan bahwa segala hasil adalah bagian dari rencana terbaik yang Allah tentukan. Ketergantungan yang sempurna kepada-Nya menjadikan seseorang kuat menghadapi segala ujian hidup, sebab ia tahu bahwa takdir Allah pasti mengandung hikmah yang agung.

Tawakkal harus dibarengi dengan ikhtiar. Ikhtiar dalam usaha mencari rezeki pun harus sesuai dengan ajaran Islam. Pada era digital ini, tukang ojek konvensional mempunyai saingan dalam menjalankan bisnisnya yaitu ojek *online*. Dalam konteks Islam, persaingan bisnis tidak boleh dilepaskan dari kaidah-kaidah moral dan etika. Persaingan yang sehat adalah persaingan yang berjalan secara adil, jujur, dan transparan, dengan

menjunjung tinggi nilai-nilai kemanusiaan dan menghindari praktik-praktik yang merugikan pihak lain. Islam, sebagai agama yang *rahmatan lil 'alamin*, memberikan tuntunan yang lengkap mengenai etika persaingan bisnis agar tercipta keseimbangan antara kepentingan individu dan kepentingan sosial. Hal ini sesuai dengan ajaran Rasulullah SAW dalam sabdanya yang diriwayatkan oleh Imam Muslim:

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ : قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ : لَا تَحَاسَدُوا وَلَا تَنَاجَشُوا وَلَا تَبَاغَضُوا وَلَا تَدَابَرُوا وَلَا يَبِعْ بَعْضُكُمْ عَلَى بَعْضٍ وَكُونُوا عِبَادَ اللَّهِ إِخْوَانًا . الْمُسْلِمُ أَخُو الْمُسْلِمِ لَا يَظْلِمُهُ وَلَا يَخْذُلُهُ وَلَا يَكْذِبُهُ وَلَا يَحْقِرُهُ . التَّقْوَى هُنَا — وَيُشِيرُ إِلَى صَدْرِهِ ثَلَاثَ مَرَّاتٍ — بِحَسَبِ أَمْرٍ مِنَ الشَّرِّ أَنْ يَحْقِرَ أَخَاهُ الْمُسْلِمَ، كُلُّ الْمُسْلِمِ عَلَى الْمُسْلِمِ حَرَامٌ دَمُهُ وَمَالُهُ وَعِرْضُهُ

“Dari Abu Hurairah radhiallahuanhu dia berkata: Rasulullah shallallohu ‘alaihi wa sallam bersabda: Janganlah kalian saling dengki, saling menipu, saling marah dan saling memutuskan hubungan. Dan janganlah kalian menjual sesuatu yang telah dijual kepada orang lain. Jadilah kalian hamba-hamba Allah yang bersaudara. Seorang muslim adalah saudara bagi muslim yang lainnya, (dia) tidak menzaliminya dan mengabaikannya, tidak mendustakannya dan tidak menghinaanya. Taqwa itu disini (seraya menunjuk dadanya sebanyak tiga kali). Cukuplah seorang muslim dikatakan buruk jika dia menghina saudaranya yang muslim. Setiap muslim atas muslim yang lain; haram darahnya, hartanya, dan kehormatannya.”

Dalam hal ini, hendaklah bagi pelaku ojek konvensional maupun ojek online untuk tetap bersaing secara sehat, tidak dengan kekerasan, dan saling berhubungan baik satu sama lain. Sebagai contoh bagi ojek online hendaknya mematuhi peraturan yang telah dibuat sebelumnya mengenai batas menaikkan penumpang di Stasiun Purwokerto. Begitu juga ketika ada ojek online yang melanggar peraturan tersebut entah karena sengaja atau tidak disengaja, hendaknya ojek konvensional menegur mereka secara halus dan tidak dengan kekerasan. Karena jika semua berjalan baik sesuai dengan aturan yang telah dibuat, maka pelaku ojek baik konvensional maupun online secara langsung telah berlaku adil bagi sesamanya. Sesuai dengan firman Allah SWT dalam Surat Al Hasyr;7 yang berbunyi:

مَا آفَاءَ اللَّهِ عَلَىٰ رَسُولِهِ مِنْ أَهْلِ الْقُرَىٰ فَلِلَّهِ وَلِلرَّسُولِ وَلِذِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينِ
 وَأَبْنِ السَّبِيلِ كَيْ لَا يَكُونَ دُولَةً بَيْنَ الْأَغْنِيَاءِ مِنْكُمْ ۚ وَمَا آتَاكُمُ الرَّسُولُ فَخُذُوهُ وَمَا نَهَاكُمْ عَنْهُ
 فَانْتَهُوا ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

“Apa saja harta rampasan (fai-i) yang diberikan Allah kepada Rasul-Nya (dari harta benda) yang berasal dari penduduk kota-kota maka adalah untuk Allah, untuk Rasul, kaum kerabat, anak-anak yatim, orang-orang miskin dan orang-orang yang dalam perjalanan, supaya harta itu jangan beredar di antara orang-orang kaya saja di antara kamu. Apa yang diberikan Rasul kepadamu, maka terimalah. Dan apa yang dilarangnya bagimu, maka tinggalkanlah. Dan bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah amat keras hukumannya”.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Metode penelitian merupakan serangkaian langkah berbasis ilmiah yang dirancang untuk mengumpulkan data demi tujuan dan manfaat yang spesifik. Tipe penelitian memegang peranan krusial dalam proses penelitian karena akan mempengaruhi hasil akhir yang akan dihasilkan, yang mana hasil tersebut harus dapat dipertanggungjawabkan. Oleh karena itu, tipe penelitian yang dipilih harus didasarkan pada prinsip ilmiah dan prosedur yang benar, karena tipe penelitian inilah yang akan menentukan kualitas hasil penelitian.

Penelitian ini menerapkan pendekatan deskriptif kualitatif. Informasi yang dihimpun melalui observasi, wawancara, dan studi lainnya tidak diwujudkan dalam bentuk numerik, tetapi lebih ditujukan untuk memperdalam keterangan, mengeksplorasi koneksi, melakukan perbandingan, serta mengidentifikasi pola berdasarkan data yang autentik.

Penelitian Kualitatif adalah pendekatan yang digunakan untuk menggali pemahaman mendalam mengenai pengalaman subjek, seperti perilaku, persepsi, motivasi, dan tindakan, dalam konteks yang alami. Pendekatan ini menekankan pada pemahaman kontekstual secara keseluruhan melalui deskripsi yang detail menggunakan kata-kata dan bahasa, serta mengandalkan berbagai teknik metodologi ilmiah. (Moleong, 2016).

Dalam studi kualitatif, peneliti berperan sebagai alat utama. Setelah tujuan penelitian terdefinisi dengan jelas, instrumen yang lebih spesifik mungkin akan dibuat untuk mendukung pengumpulan data, yang akan memperkaya hasil dari observasi dan wawancara. Peneliti akan secara aktif mengumpulkan data di lapangan, mulai dari pertanyaan umum hingga seleksi fokus, menganalisis data tersebut, dan menyusun kesimpulan. (Hardani et al., 2020)

Oleh karena itu, metode penelitian deskriptif kualitatif menjadi pilihan yang cocok untuk mengkaji isu-isu yang memerlukan analisis komprehensif, misalnya isu sosial dalam komunitas spesifik. Metode ini tidak hanya fokus pada penggalian dan pengaturan informasi, namun juga pada pemeriksaan dan pemahaman mendalam terhadap data, yang memungkinkan pembentukan kesimpulan yang berarti.

Berikutnya, penggunaan pendekatan deskriptif kualitatif terbukti cocok untuk studi ini yang mengamati keberadaan nyata dari komunitas atau asosiasi ojek konvensional yang berjuang untuk tetap eksis di Stasiun Purwokerto. Melalui berbagai sumber data dan teori yang dimiliki peneliti, akan memungkinkan peneliti untuk mengungkap fakta yang akurat.

Penelitian deskriptif kualitatif dipilih karena kemampuannya untuk menguraikan dengan detail, sistematis, dan faktual tentang karakteristik dan fenomena yang ada pada populasi atau subjek tertentu. Dengan metode ini, peneliti dapat memahami secara komprehensif dan mendalam. Oleh karena itu, penulis memutuskan untuk menerapkan metode penelitian deskriptif kualitatif guna menginvestigasi keberadaan ojek tradisional yang beroperasi di area Stasiun Purwokerto.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Lokasi yang menjadi fokus dalam studi ini adalah Stasiun Purwokerto, yang terletak di pinggiran kota Purwokerto, Banyumas, lebih tepatnya di daerah Kober, Purwokerto Barat. Stasiun ini, yang berada pada ketinggian +75 meter, dikategorikan sebagai stasiun besar tipe A dan dikelola oleh PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi V Purwokerto. Berdasarkan data penumpang kereta api antarkota dari Januari hingga Oktober 2024 yang dikeluarkan oleh PT Kereta Api Indonesia (KAI), Stasiun Purwokerto tercatat sebagai stasiun dengan trafik penumpang terpadat kesepuluh di Indonesia, dengan total 2.474.086 penumpang baik yang berangkat maupun tiba. Pemilihan lokasi ini juga didasarkan pada observasi awal yang menunjukkan

pengaruh munculnya layanan ojek *online* terhadap pengemudi ojek konvensional di area tersebut, serta ketersediaan mereka untuk berkontribusi dalam penelitian ini.

Stasiun ini menjadi rumah bagi sejumlah besar ojek konvensional yang beroperasi setiap hari. Keberadaan area khusus yang luas dan memadai untuk ojek konvensional, yang terletak tidak terlalu jauh dari pintu keluar timur Stasiun Purwokerto, menjadi faktor pendukung. Situasi ini memberikan kesempatan untuk mengamati tingkat keberadaan ojek konvensional dalam persaingan langsung dengan layanan ojek *online*.

2. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada tanggal 28 November - 16 Desember 2024.

C. Subjek dan Objek Penelitian

Dalam konteks penelitian kualitatif, istilah 'populasi' tidak digunakan sebagaimana pada penelitian kuantitatif. Penelitian ini berfokus pada kasus spesifik dalam konteks sosial yang unik, dan temuan dari studi tersebut tidak dimaksudkan untuk diterapkan secara luas ke populasi umum, melainkan dapat diadaptasi ke konteks sosial lain yang serupa. Perbedaan yang signifikan terletak pada definisi 'populasi' dan 'sampel' antara penelitian kualitatif dan kuantitatif. Dalam penelitian kualitatif, 'populasi' merujuk pada area generalisasi yang mencakup objek atau subjek dengan kualitas dan karakteristik khusus yang ditentukan oleh peneliti untuk diteliti, yang mana kesimpulan akan ditarik darinya. Sementara itu, 'sampel' merupakan segmen dari 'populasi' tersebut. (Sugiyono, 2022)

Sugiyono menyatakan bahwa dalam konteks kualitatif, istilah yang tepat untuk sampel bukanlah responden, melainkan narasumber, partisipan, informan, rekan, atau mentor yang terlibat dalam studi tersebut. Lebih lanjut, ia menekankan bahwa dalam penelitian kualitatif, sampel tidak dianggap sebagai sampel statistik, namun sebagai sampel teoritis. Hal ini dikarenakan, tujuan utama dari penelitian kualitatif ialah pembentukan

teori. (Sugiyono, 2022). Dalam konteks penelitian kualitatif, pemilihan sampel dijalankan ketika peneliti memulai penelitian di lapangan dan berlanjut sepanjang proses penelitian dengan menggunakan desain sampel yang *emergent*.

Dalam studi kualitatif, peneliti terjun langsung ke dalam lingkungan sosial spesifik untuk mengamati dan meng-*interview* individu yang dianggap memiliki pengetahuan tentang lingkungan tersebut. Pemilihan informan dilakukan secara sengaja berdasarkan kriteria dan maksud yang jelas. Temuan dari studi ini tidak dimaksudkan untuk diaplikasikan secara luas ke seluruh populasi karena metode pemilihan sampel bukanlah acak. Kesimpulan yang diperoleh dari metode kualitatif ini hanya relevan untuk konteks sosial yang diteliti. Namun, temuan ini bisa diadaptasi ke konteks sosial lain yang serupa, jika ada kesesuaian atau persamaan kondisi dengan konteks yang telah diteliti. Berikut subjek dan objek pada penelitian ini.

1. Subjek Penelitian

Dalam penelitian ini, subjek yang dipilih untuk mengumpulkan sampel adalah *purposive sampling*. Teknik ini melibatkan seleksi sumber data berdasarkan kriteria khusus yang telah ditetapkan. Sebagai contoh, individu yang menjadi narasumber atau informan dipilih karena mereka memiliki pengetahuan yang paling mendalam mengenai topik yang sedang diteliti oleh peneliti, yang relevan dengan objek studi atau konteks sosial yang sedang diobservasi. (Sugiyono, 2022). Adapun kriteria subjek yang dipilih peneliti untuk meneliti penelitian ini adalah: pertama, para tukang ojek konvensional yang telah mangkal lebih dari sepuluh tahun di Stasiun Purwokerto; kedua, Ketua Paguyuban ojek konvensional yang beroperasi di Stasiun Purwokerto; dan ketiga, para penumpang baik dari ojek konvensional maupun ojek *online* yang akan menggunakan layanan ojek di area Stasiun Purwokerto.

2. Objek penelitian

Objek penelitian dalam skripsi ini merupakan eksistensi ojek konvensional di stasiun purwokerto di tengah maraknya ojek *online*.

Fokus penelitian ini adalah faktor-faktor yang mempengaruhi keberlangsungan dan daya saing ojek konvensional dalam menghadapi persaingan dengan layanan transportasi berbasis aplikasi. Beberapa aspek yang diteliti mencakup:

- a. Perbandingan layanan: analisis mendalam tentang perbedaan layanan yang ditawarkan oleh ojek konvensional dan ojek *online*, termasuk aspek kenyamanan, kecepatan, dan kemudahan pemesanan.
- b. Struktur tarif: Perbandingan tarif antara kedua jenis ojek, serta pengaruhnya terhadap pilihan penumpang.
- c. Preferensi penumpang: identifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi penumpang dalam memilih antara ojek konvensional dan ojek *online*, seperti harga, jarak tempuh, kebiasaan, dan persepsi terhadap kualitas pelayanan.
- d. Strategi adaptasi: upaya-upaya yang dilakukan oleh pengemudi ojek konvensional untuk mempertahankan pelanggan, seperti penyesuaian tarif, peningkatan kualitas pelayanan, atau pemanfaatan teknologi sederhana.
- e. Dampak sosial ekonomi: analisis terhadap pengaruh keberadaan kedua jenis ojek terhadap perekonomian lokal, khususnya pendapatan pengemudi dan dinamika pasar transportasi di sekitar Stasiun Purwokerto.

D. Jenis dan Sumber Data

Dikutip dari (Moleong, 2016), Lofland dan Lofland mengemukakan bahwa dalam penelitian kualitatif, data primer yang digunakan adalah kata-kata dan tindakan. Data sekunder meliputi dokumen dan berbagai sumber lainnya. Sesuai dengan pembahasan tersebut, data dalam penelitian ini diklasifikasikan menjadi dua kategori: kata-kata dan tindakan sebagai data primer, serta sumber data tertulis, foto, dan statistik sebagai data sekunder.

Dalam konteks penelitian, sumber data merujuk pada asal usul data yang diperoleh. Jika data dikumpulkan melalui wawancara, maka sumber

data tersebut adalah informan, yang merupakan individu yang memberikan respons atau jawaban atas pertanyaan yang diajukan, baik secara tertulis maupun verbal. Ketika observasi menjadi metode pengumpulan data, objek yang diamati seperti benda, gerakan, atau proses tertentu menjadi sumber data. Sementara itu, dalam penggunaan dokumentasi sebagai teknik pengumpulan data, dokumen atau arsip inilah yang dijadikan sumber data primer.

Dalam konteks penelitian ini, terdapat dua tipe sumber data yang diandalkan: sumber data primer serta sumber data sekunder. Sumber data primer merujuk pada data yang diperoleh secara langsung dari subjek atau objek penelitian, sedangkan sumber data sekunder adalah data yang sudah ada sebelumnya dan digunakan untuk mendukung analisis dalam penelitian ini.

1. Sumber data primer

Sumber data primer adalah data yang dihimpun secara langsung oleh peneliti dari sumbernya yang pertama. Dalam konteks penelitian ini, informasi tersebut didapatkan dari pengemudi ojek konvensional dengan menggunakan teknik observasi, wawancara, serta penggalian dokumen.

Tabel 3. 1 Sumber data primer

No	Nama	Jabatan
1.	Kusnadi	Ketua komunitas ojek konvensional di stasiun purwokerto
2.	Subarman	Anggota ojek konvensional
3.	Topan	Anggota ojek konvensional
4.	Diah	Penumpang ojek <i>online</i> di Stasiun Purwokerto
5.	Taufik	Penumpang ojek konvensional di Stasiun Purwokerto

2. Sumber data sekunder

Sumber data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data sekunder yang

dimanfaatkan dalam penelitian ini berasal dari berbagai sumber, seperti buku, jurnal, dan skripsi yang relevan dengan topik eksistensi, strategi ojek konvensional. Peneliti menggunakan data ini untuk menambahkan kredibilitas dan substansi pada penelitian mereka, seringkali untuk memperkuat argumen atau temuan yang mereka buat.

E. Teknik Pengumpulan Data

Dalam konteks penelitian kualitatif, proses penggalan data dijalankan dalam lingkungan alami, menggunakan sumber data utama. Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data ini umumnya melalui observasi partisipatif, wawancara yang mendetail dan menyeluruh, serta pengkajian dokumen-dokumen terkait. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mendapatkan pemahaman yang lebih dalam mengenai subjek yang diteliti. (Sugiyono, 2022).

Dalam kajian ini, peneliti menerapkan metode triangulasi. Metode triangulasi adalah pendekatan yang menggabungkan berbagai teknik untuk memperoleh data dari sumber yang identik. Adapun metode triangulasi yang diterapkan dalam pengumpulan data penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Observasi (pengamatan)

Menurut Usman dan Purnomo (2004), sebagaimana dikutip oleh (Hardani et al., 2020) observasi merupakan teknik pengumpulan data yang mengandalkan pencatatan sistematis terhadap fenomena yang sedang diobservasi. Metode ini memungkinkan peneliti untuk mendapatkan data langsung dari sumbernya, memastikan keakuratan dan relevansi informasi yang diperoleh. Ini berarti peneliti mengamati subjek penelitian dan mencatat temuan mereka dengan cara yang terorganisir. Observasi menjadi penting terutama ketika informasi mengenai suatu masalah penelitian masih belum lengkap. Data yang diperoleh melalui teknik ini sangat berharga untuk mendukung proses penelitian.

Pada penelitian ini peneliti mengobservasi langsung pertama kali di pangkalan ojek konvensional Stasiun Purwokerto, peneliti menemukan

tren di mana konsumen layanan transportasi cenderung memilih ojek *online* daripada ojek konvensional. Peneliti kemudian melakukan pengamatan lebih detail untuk mengumpulkan data mendalam tentang keberadaan ojek konvensional di lokasi tersebut. Penelitian ini mencakup analisis terhadap jumlah penumpang yang menggunakan ojek konvensional dibandingkan dengan ojek *online*, serta mempelajari dinamika hubungan antara pengemudi ojek konvensional satu sama lain dan interaksi mereka dengan pengemudi ojek *online*.

2. Wawancara

Wawancara merupakan dialog interaktif yang melibatkan pertukaran informasi antara pewawancara dan narasumber. Dalam proses ini, pewawancara bertugas menggali informasi dengan cara mengajukan serangkaian pertanyaan, sedangkan narasumber memberikan respons terhadap pertanyaan tersebut untuk mencapai tujuan tertentu dari wawancara. (Hardani et al., 2020). Peneliti memiliki kesempatan untuk mendapatkan perspektif yang lebih komprehensif karena informan memiliki kebebasan untuk mengevaluasi berbagai aspek berdasarkan sudut pandang dan pertimbangan individu mereka, yang juga memungkinkan peneliti untuk mendapatkan wawasan yang lebih dalam (Amorodito et al., 2022).

Dalam studi ini, metode wawancara yang diaplikasikan meliputi wawancara berstruktur dan wawancara bebas. Wawancara berstruktur diadopsi ketika peneliti telah mengidentifikasi area yang kurang diketahui dan mempersiapkan serangkaian pertanyaan tertulis sebagai alat penelitian. Di sisi lain, wawancara bebas dipilih ketika peneliti memerlukan bimbingan dari informan untuk mengungkap area yang belum diketahui, sehingga narasi informan menjadi panduan utama dalam proses wawancara.

Dalam penelitian ini, peneliti mewawancarai 3 dari 70 anggota ojek konvensional yang masih aktif di Stasiun Purwokerto dengan kriteria yang telah disebutkan pada bagian subjek penelitian. Peneliti juga

mewawancarai satu dari masing-masing penumpang ojek konvensional dan ojek *online* yang akan menggunakan jasa ojek di Stasiun Purwokerto. Melalui serangkaian wawancara yang terorganisir, peneliti berhasil memperoleh pemahaman yang lebih luas mengenai keberadaan ojek konvensional, serta taktik yang diterapkan untuk menjaga keberlangsungan ojek konvensional di area Stasiun Purwokerto.

3. Dokumentasi

Teknik dokumentasi merupakan metode pengambilan data melalui proses pencatatan informasi yang sudah ada. Metode ini sering kali dipilih karena kesederhanaannya jika dibandingkan dengan metode pengumpulan data lain. Menurut Sugiyono (2015), dokumen adalah rekaman dari peristiwa yang telah terjadi. Dokumen dapat berupa teks, gambar, atau karya signifikan dari individu (Hardani et al., 2020).

Penelitian ini diperkuat dengan jurnal-jurnal penelitian sebelumnya tentang ojek konvensional setelah kehadiran ojek *online* yang peneliti baca dan pelajari. Bahwasannya para pengemudi ojek konvensional sangat terdampak dengan adanya kehadiran ojek *online*, yang mana hal tersebut tentu saja mengakibatkan eksistensi ojek konvensional menjadi terancam.

F. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan langkah penting dalam mengolah informasi. Proses ini melibatkan pengumpulan data dari berbagai sumber seperti wawancara dan catatan, yang kemudian disusun secara terstruktur. Data tersebut dikategorikan, diuraikan, disintesis, dan diatur dalam pola tertentu untuk menentukan informasi kunci yang akan dianalisis lebih lanjut. Inti dari hal tersebut adalah menciptakan suatu simpulan yang mudah untuk dimengerti serta memberikan nilai guna bagi para peneliti dan pihak-pihak terkait lainnya. (Hardani et al., 2020)

Menurut Miles dan Huberman yang dikutip dalam (Sugiyono, 2022), Dalam konteks penelitian kualitatif, analisis data dijalankan bersamaan dengan proses pengumpulan data, serta berlanjut setelah periode

pengumpulan data tertentu berakhir. Selama sesi wawancara, peneliti telah mengolah jawaban dari responden. Jika hasil analisis jawaban tersebut belum memenuhi standar kepuasan, peneliti akan mengajukan lebih banyak pertanyaan hingga mencapai titik di mana data yang terkumpul dianggap dapat dipercaya.

Miles dan Huberman (1984) menjabarkan bahwa proses analisis data kualitatif merupakan serangkaian kegiatan yang interaktif dan berkelanjutan hingga mencapai titik jenuh data. Kegiatan tersebut meliputi reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi.

1. Data *reduction* (reduksi data)

Data yang diperoleh dari lapangan seringkali berjumlah besar, sehingga penting untuk mencatatnya dengan cermat dan detail. Karena itu, analisis data harus segera dilakukan dengan cara reduksi data: yaitu menyederhanakan, memilih, dan menyoroti aspek-aspek kunci, serta menemukan tema dan pola yang signifikan. Hasilnya, data yang sudah disederhanakan akan memberikan pandangan yang lebih terang dan memudahkan peneliti dalam menentukan pilihan data berikutnya serta menemukannya saat dibutuhkan.

2. Data *display* (penyajian data)

Setelah pengurangan data, proses berikutnya adalah menampilkan data tersebut. Dalam penelitian kuantitatif, data umumnya disajikan melalui tabel, grafik, diagram lingkaran, *pictogram*, dan sejenisnya. Di sisi lain, penelitian kualitatif memaparkan data melalui deskripsi ringkas, diagram, relasi antarkategori, diagram alir, dan sebagainya. Miles dan Huberman (1984) menegaskan bahwa narasi teks merupakan metode yang paling umum digunakan dalam menyajikan data pada penelitian kualitatif.

3. *Conclusion drawing/verivication* (penarikan kesimpulan dan verivikasi)

Kesimpulan yang diutarakan pada tahap permulaan merupakan kesimpulan yang belum final dan dapat mengalami perubahan jika bukti pendukung yang kuat tidak diperoleh pada fase pengumpulan data

selanjutnya. Namun, jika bukti yang sah dan konsisten mendukung kesimpulan awal ketika peneliti melakukan pengumpulan data tambahan di lapangan, maka kesimpulan tersebut dapat dianggap sebagai kesimpulan yang dapat dipercaya.

G. Uji Keabsahan Data

Dalam ranah penelitian kualitatif, validitas data dianggap terpenuhi ketika hasil yang disampaikan peneliti konsisten dengan apa yang benar-benar terjadi pada subjek yang diteliti. Akan tetapi, perlu dipahami bahwa keotentikan data dalam penelitian kualitatif itu bersifat subjektif dan tidak monolitik, karena terbentuk dari interpretasi pribadi yang berbeda-beda, yang mana interpretasi tersebut dipengaruhi oleh pengalaman dan sudut pandang unik setiap individu.

Dalam penelitian kualitatif, terdapat empat kriteria utama yang harus dipenuhi oleh hasil penelitian, yakni kredibilitas, transferabilitas, dependabilitas, dan konfirmabilitas. Keempat kriteria ini sesuai dengan standar penyelidikan yang disiplin, yang meliputi nilai kebenaran, aplikabilitas, konsistensi, dan netralitas. Kriteria-kriteria ini penting untuk memastikan bahwa penelitian dapat dipercaya dan hasilnya relevan serta dapat diaplikasikan dalam konteks yang berbeda.

Untuk memenuhi kriteria yang telah ditetapkan, penulis akan memvalidasi data melalui teknik triangulasi. Triangulasi adalah proses verifikasi keakuratan data atau informasi yang diperoleh dari berbagai perspektif untuk meminimalisir bias selama pengumpulan dan analisis data. Teknik triangulasi yang akan digunakan adalah triangulasi data, yang melibatkan penggunaan beragam metode pengumpulan data pada satu kasus. Dalam studi kualitatif, seringkali digunakan beberapa metode (seperti wawancara, observasi, dan dokumentasi) untuk mengkaji satu kasus secara mendalam (Sekar, 2021).

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Profil Stasiun Kereta Api Purwokerto

Stasiun Purwokerto, yang diresmikan pada 1 Juli 1916 oleh Staatsspoorwegen (SS), adalah stasiun yang tergolong baru. Sebelumnya, stasiun yang lebih tua telah ada di pusat Kota Purwokerto, dibangun antara tahun 1893-1896 oleh Serajoedal Stoomtram Maatschappij. Stasiun Purwokerto (PWT) sendiri adalah stasiun kereta api besar tipe A yang berlokasi di Kober, Purwokerto Barat, Banyumas, di pinggiran kota Purwokerto. Berada pada ketinggian +75 meter, stasiun ini menjadi stasiun utama yang dikelola oleh PT Kereta Api Indonesia (Persero) untuk Daerah Operasi V Purwokerto dan berjarak 131 km ke tenggara dari Stasiun Cirebon.

Stasiun Purwokerto, sebagai simpul vital di Kabupaten Banyumas, melayani hampir semua perjalanan kereta api penumpang di jalur selatan Jawa, dengan pengecualian untuk kereta api barang tertentu seperti angkutan logistik ONS dan semen yang tidak berhenti. Kini, stasiun ini telah dilengkapi dengan jalur ganda, memungkinkan perjalanan dari Jakarta ke Purwokerto melalui Cirebon, atau sebaliknya, hanya memakan waktu sekitar 4 hingga 5 jam. Menurut data dari PT Kereta Api Indonesia (KAI) dari Januari hingga Oktober 2024, Stasiun Purwokerto tercatat sebagai stasiun dengan trafik penumpang terpadat kesepuluh di Indonesia, dengan total 2.474.086 penumpang baik yang datang maupun yang berangkat.

Stasiun ini sudah tersedia dengan berbagai fasilitas yang cukup, termasuk (berdasarkan pengamatan pada 28 November 2024):

1. *Skybridge* (jembatan penyeberangan orang)
2. *Costumer service counter* dan pelayanan loket
3. *Lounge* serayu
4. *Face recognition* (fitur pengenalan wajah)
5. Lift difabel
6. Toilet

7. Mushola
8. Taman bermain anak-anak
9. Jalur kedatangan
10. Jalur keberangkatan
11. Ruang tunggu
12. Posko layanan kesehatan
13. *Food court*
14. Ruang informasi dan pengaduan
15. Tempat parkir yang luas

Selain beberapa fasilitas yang telah disebutkan, di stasiun ini juga terdapat *shelter* atau tempat yang disediakan untuk penyedia jasa transportasi, tidak terkecuali *shelter* ojek konvensional. Berdasarkan informasi yang disampaikan, Stasiun Purwokerto dikenal sebagai salah satu stasiun dengan tingkat kepadatan tertinggi di Indonesia, berada di urutan kesepuluh. Kondisi ini membuat stasiun tersebut selalu dipenuhi oleh para pelancong. Situasi ramai ini dimanfaatkan oleh pengemudi ojek untuk mendapatkan penumpang. Ojek konvensional berperan sebagai sarana transportasi lanjutan bagi penumpang kereta api. Kita masih bisa menemukan ojek konvensional di Stasiun Purwokerto. Para pengemudi ojek konvensional di stasiun tersebut telah mengabdikan diri selama bertahun-tahun dan terus eksis hingga kini, walaupun kini mereka harus bersaing dengan kehadiran ojek berbasis aplikasi *online* yang berkembang seiring dengan kemajuan teknologi transportasi.

Ojek konvensional di Purwokerto adalah bagian dari sektor pekerjaan informal, khususnya di ranah layanan transportasi. Keberadaan ojek konvensional di Stasiun Purwokerto telah lama terbentuk dan dikenal dengan komunitas resmi yang bernama POSB (Paguyuban Ojek Stasiun Bersatu). Diketahui oleh Bapak Kusnadi, komunitas ini awalnya berjumlah sampai 123 orang, akan tetapi untuk sekarang anggota aktif jumlahnya hanya mencapai sekitar 70 orang. Latarbelakang pengemudi ojek konvensional di Stasiun Purwokerto ini mayoritas merupakan pedagang

asongan yang dulunya menawarkan dagangannya di dalam rangkaian kereta api. Pada tahun 2011, PT. KAI melarang pedagang masuk ke rangkaian kereta dan hanya diperbolehkan untuk menawarkan dagangannya dari stasiun saja yang mana sebelumnya dahulu pedagang diperbolehkan berjualan sampai masuk ke rangkaian kereta. Akan tetapi, aturan ini terus berkembang demi kenyamanan penumpang kereta api. Di mana, pada tahun 2013 pedagang tidak juga diperbolehkan berdagang di dalam stasiun. Hal ini merujuk pada UU 23/2007 tentang Perkeretaapian, Pasal 35 ayat 2 serta PP 72/2009 tentang Lalu Lintas dan Angkutan Kereta Api, Pasal 124. Peraturan Menhub 9/2011 tentang Standar Pelayanan Minimum untuk Angkutan Orang dengan Kereta Api. Serta, Instruksi Direksi PT KAI 26/LL.006/KA-2012 tentang Penertiban Pedagang Asongan, Penumpang Liar dan Larangan Penumpang Merokok di atas kereta api. Karena adanya peraturan tersebut, pedagang asongan banyak yang kehilangan pekerjaannya. Untuk itu, banyak yang beralih menjadi pengemudi ojek konvensional di Stasiun Purwokerto agar tetap mempunyai penghasilan untuk memenuhi kebutuhannya.

B. Strategi Ojek Konvensional Di Stasiun Purwokerto Dalam Mempertahankan Eksistensinya Di Tengah Adanya Ojek *Online*

Adanya ojek *online* memberikan contoh nyata teori yang dikemukakan oleh Rogers tentang difusi inovasi. Difusi inovasi menjabarkan bagaimana proses sebuah inovasi dapat disalurkan melalui beberapa media dalam waktu tertentu kepada suatu kebudayaan masyarakat. Ide-ide baru tersebut awalnya akan dipandang secara subjektif. Lalu, melalui sebuah konstruksi sosial, ide tersebut akan dipandang secara objektif.

Karakteristik dari teori Difusi Inovasi ini adalah dapat mempersuasi atau mempengaruhi individu atau kelompok sosial tertentu. Melalui perkembangan media pada saat ini tentu saja akan mempermudah dalam penyebaran informasi kepada khalayak luas. Apalagi, di masa yang modern ini pasti masyarakat membutuhkan sebuah inovasi baru seiring dengan

perkembangan zaman. Inovasi ini nantinya akan digunakan untuk mempermudah mereka dalam menjalankan aktivitasnya. Namun, segala inovasi tersebut pastinya bisa saja ditolak atau juga diterima oleh individu atau kelompok sosial tersebut.

Contoh penerapan dari teori Difusi Inovasi ini adalah adanya sebuah inovasi pada bidang transportasi, khususnya ojek. Dahulu, orang-orang yang ingin melakukan perjalanan tetapi tidak memiliki kendaraan akan memilih untuk menggunakan transportasi umum, seperti bus, angkot, ojek, becak, dan masih banyak lagi. Akan tetapi, dibutuhkan kesabaran untuk mencari transportasi umum dan harganya bisa dibilang cukup mahal. Belum lagi apabila cuaca sedang buruk dan banyak sekali orang yang menggunakan transportasi umum tersebut. Situasi tersebut membuat beberapa orang menciptakan aplikasi ojek *online* seperti Grab, Gojek, Nu-Jek, dan lain-lain.

Hadirnya inovasi ini pasti sangat membantu masyarakat yang membutuhkan. Tetapi, bisa juga ada masyarakat yang tidak bisa menerimanya terlebih para pemilik kendaraan umum tersebut. Namun, dengan adanya komunikasi yang tepat membuat masyarakat bisa memahami dan menerima kehadiran aplikasi tersebut. Bisa kita lihat pada saat ini banyak masyarakat yang menggunakan aplikasi ojek *online*. Bahkan, di antara mereka ada yang bekerja sebagai ojek untuk pekerjaan sampingan. Seiring berjalannya waktu, inovasi pun semakin berkembang dengan adanya pembayaran secara *online*, pemesanan makanan, pengantaran barang, dan masih banyak lagi.

Industri transportasi, khususnya layanan ojek, terus mengalami dinamika yang menarik. Kehadiran ojek *online* telah memberikan tantangan serius bagi ojek konvensional. Ojek konvensional mengalami keadaan yang cukup kritis dan terancam karena adanya ojek *online*. Hadirnya teknologi pada sarana transportasi umum menimbulkan ketakutan tersendiri pada ojek konvensional yang keberadaannya mulai terlupakan masyarakat karena tidak dapat mengimbangi cara kerja yang dilakukan oleh ojek *online*. Namun,

ojek konvensional masih memiliki peluang untuk bertahan dan berkembang. Berbagai strategi bisnis dapat diterapkan untuk mencapai tujuan ini.

Salah satu strategi yang relevan adalah strategi intensif. Ojek konvensional dapat meningkatkan penetrasi pasar dengan cara memperbaiki kualitas layanan, memberikan promo menarik, atau menjalin kerjasama dengan pelaku bisnis di sekitar stasiun (Alim, 2022). Selain itu, pengembangan produk dengan menawarkan layanan tambahan seperti antar jemput barang atau jasa kurir bisa menjadi nilai tambah.

Strategi diversifikasi juga patut dipertimbangkan. Ojek konvensional dapat memperluas layanan dengan menawarkan jasa transportasi khusus atau membuka usaha sampingan yang terkait dengan transportasi (Alim, 2022). Misalnya, menyediakan layanan antar jemput penumpang untuk acara tertentu atau membuka warung makan kecil di dekat pangkalan ojek.

Ketika menghadapi persaingan yang ketat, strategi bertahan menjadi penting. Salah satu cara adalah dengan membentuk kerjasama dengan sesama pengemudi ojek konvensional atau perusahaan transportasi lokal lainnya (Athaya, 2022). Strategi ini dapat memperkuat posisi dan memberikan akses ke sumber daya yang lebih luas. Selain itu, upaya efisiensi seperti mengurangi biaya operasional juga perlu dilakukan.

Maka dari itu, ojek konvensional di Stasiun Purwokerto perlu membuat berbagai strategi dalam proses adaptasi ini dengan bertujuan untuk meminimalisasi hambatan atau dampak negatif yang datang manakala teknologi kian berkembang untuk mengatasi segala hambatan seperti berkurangnya pendapatan akibat pelanggan yang semakin berkurang, lahan pangkalan yang semakin sempit serta keterbatasan dalam penggunaan teknologi karena kurangnya pemahaman. Maka dari itu dibuatlah suatu strategi oleh ojek konvensional di Stasiun Purwokerto dalam mempertahankan eksistensinya (Chodijah, 2022)

1. Pembatasan wilayah

Zona merah atau zona larangan penjemputan penumpang bagi transportasi *online* di wilayah stasiun purwokerto pada 2019 resmi dihapuskan. Pemberlakuan aturan tersebut ditetapkan setelah ojek konvensional menandatangani pakta integritas dengan ojek *online* di Pendopo Si Panji. Pemerintah Kabupaten Banyumas mengambil langkah-langkah untuk menemukan solusi terhadap perselisihan yang terjadi antara ojek konvensional dan ojek *online* di Stasiun Purwokerto. Harapannya, melalui kesepakatan yang telah dicapai, perselisihan tersebut dapat diselesaikan sehingga tidak ada lagi bentrokan antara kedua pihak. Pembatasan wilayah ini hanya berlaku ketika akan menaikkan penumpang di stasiun saja. Para pengemudi ojek *online* tetap diperbolehkan untuk menurunkan penumpang yang dari luar stasiun. Zona merah dihapuskan akan tetapi diganti dengan *pick up point* yang dulu beradius sekitar 500 meter, sekarang hanya menjadi sekitar 100 meter dari stasiun. *Pick up point* ini tidak berlaku bagi penumpang yang berkebutuhan khusus, lansia, ibu hamil, orang dengan sakit kronis, dan dengan keadaan darurat lainnya. Adapun ketentuan *pick up point* di Stasiun Purwokerto bagi penumpang transportasi *online* sebagai berikut.

- a. Pada sisi timur, terletak di depan kediaman mantan bupati Banyumas, Mardjoko, yang berada di Jalan Kober.
- b. Sementara itu, di sisi utara, berdiri di depan toko Derisa yang terletak di Jalan Pemuda.
- c. Pada sisi 54amanya, terdapat di depan Taman Kanak-kanak YWKA yang berlokasi di Jalan Stasiun.

Terkait dengan pembatasan wilayah ini, Diah, penumpang ojek *online* dari luar Kota Purwokerto ini awalnya tidak tahu mengenai adanya pembatasan *pick up point* di Stasiun Purwokerto ini. Dia menuturkan bahwa waktu pertama kali dia datang ke ke Stasiun Purwokerto dan ingin melanjutkan perjalanan lagi dengan memesan ojek *online*, dia tidak tahu harus berjalan cukup jauh keluar dari stasiun.

Akan tetapi, ketika dia datang kedua kali bahkan seterusnya ke Stasiun Purwokerto dan ingin memesan ojek *online*, dia memilih keluar melalui pintu barat Stasiun Purwokerto, yang mana untuk sekarang ini bagi penumpang kereta api yang ingin melanjutkan perjalanan menggunakan transportasi *online* dapat keluar melalui pintu barat Stasiun Purwokerto,

Hal tersebut menunjukkan bahwa ada orang yang dari luar Kota Purwokerto dan pertama kali turun di Stasiun Purwokerto ketika akan melanjutkan perjalanan tidak tahu mengenai peraturan ini. Untuk itu, tujuan dari penulisan penelitian ini diharapkan mampu menjadi pedoman bagi penumpang kereta api yang turun di Stasiun Purwokerto yang mana pasti ada kontra mengenai peraturan ini. Penelitian ini diharapkan mampu membuka sudut pandang baru dan melihat peraturan tersebut dari berbagai sudut pandang.

Akan tetapi peraturan pembatasan wilayah ini ternyata sering dilanggar oleh ojek *online*. di mana ada yang berani menaikkan penumpang dari depan Stasiun Purwokerto. Setelah ditelusuri, ternyata kebanyakan ojek *online* yang melanggar merupakan ojek *online* yang berasal dari luar purwokerto. Untuk meminimalisir kejadian seperti ini lagi, POSB akhirnya sering mengadakan ronda dalam artian sering mengecek wilayah-wilayah yang masih menjadi zona merah tersebut, adakah ojek *online* yang mangkal di dekat kawasan stasiun. Dari kejadian ini, penelitian ini juga diharapkan mampu menjadi bahan edukasi ojek *online* dari daerah luar Purwokerto yang akan mencari rezeki di kawasan stasiun. Karena menurut keterangan Bapak Kusnadi, para ojek konvensional juga sama-sama mencari rezeki di jalanan, dan sebaiknya para pendatang mematuhi aturan di mana dia berpijak.

2. Pembuatan KTA (Kartu Tanda Anggota)

Ojek konvensional yang beroperasi di Stasiun Purwokerto adalah sebuah komunitas yang diakui secara resmi, namun tidak memiliki status badan hukum. Dikatakan resmi karena anggota POSB

(Paguyuban Ojek Stasiun Bersatu) mempunyai KTA (Kartu Tanda Anggota) untuk para anggota komunitas yang terdaftar secara resmi sebagai bukti bentuk eksistensi mereka. Banyak sekali fungsi KTA bagi sebuah komunitas, di antaranya mempermudah dalam berkordinasi antar anggota ketika akan melakukan sebuah kegiatan. Selanjutnya berfungsi untuk menjaga keamanan. Seringkali, sebuah organisasi atau komunitas dibenci oleh pihak tertentu. Kemudian pihak tertentu tersebut dapat membuat kericuhan dengan membawa nama komunitas, yang mana tentu saja hal ini dapat merugikan sebuah komunitas. Untuk mengklarifikasi hal tersebut, maka KTA ini dapat membuktikan apakah benar bahwa pihak pembuat kericuhan tersebut memang benar anggota komunitas yang bersangkutan. Untuk kasus ini, ojek konvensional mempunyai saingan yaitu ojek *online* yang mana tidak dapat dipungkiri bahwa konflik antar keduanya masih sering terjadi. Selain fungsi-fungsi tersebut, KTA ini pasti terdapat nama pemegang kartu, nama komunitas, 56 amany komunitas tersebut yang mana bila suatu saat ada anggota komunitas yang mengalami hal-hal buruk, maka pihak berwajib dapat menghubungi pihak komunitas tersebut.

Dari beberapa fungsi yang telah disebutkan di atas mengenai pentingnya sebuah KTA, maka dapat disimpulkan bahwa POSB sebenarnya telah melakukan perbaikan sistem layanan sehingga dapat bersaing dengan ojek *online*. Hal tersebut bertujuan juga sebagai upaya untuk menjaga kepercayaan, meningkatkan rasa keamanan dan kenyamanan bagi para pengguna jasa ojek konvensional. Untuk terdaftar sebagai anggota POSB sendiri juga diperlukan adanya syarat-syarat tertentu, yaitu mempunyai SIM dan adanya surat-surat motor yang lengkap. Untuk itu, hal ini dapat menambah kepercayaan pengguna jasa transportasi karena anggota ojek konvensional di Stasiun Purwokerto pun mematuhi peraturan yang berlaku bagi pengendara motor.

Selain itu, adapun untuk sistem keanggotaan ojek konvensional di Stasiun Purwokerto ini sendiri diatur dengan sistem tambal sulam. Di mana bagi yang akan mendaftar secara resmi sebagai POSB itu sebenarnya menggantikan anggota yang sudah tidak aktif lagi. Di mana anggota baru tersebut harus membeli keanggotaan menggantikan anggota yang sudah tidak aktif tersebut senilai minimal 3.000.000 yang mana uang tersebut juga untuk membayar tanggungan-tanggungan yang ada di dalam POSB sendiri. Hal ini bertujuan agar tidak terjadi penambahan anggota untuk kepentingan anggota ojek itu sendiri, mengingat jumlah penumpang sekarang tidak seramai dulu. Jadi, ketika tidak terlalu banyak anggota, meminimalisir terjadinya persaingan tidak sehat antar anggota dalam mendapatkan penumpang.



Gambar 4. 1 Contoh KTA

3. Membangun Solidaritas

Dalam menjalankan strategi mempertahankan eksistensinya, ojek konvensional di Stasiun Purwokerto ini juga menjalin hubungan yang baik dengan komunitas lain. Karena di Stasiun Purwokerto ini tidak hanya ada ojek konvensional saja melainkan terdapat juga komunitas mobil (taksi), dan becak walaupun jumlah becak tidak sebanyak motor dan mobil.

Dahulu, sebelum kehadiran ojek *online*, bentuk solidaritas anggota POSB sendiri yaitu jika ada pengemudi ojek yang belum mendapatkan

penumpang, maka ketika ada penumpang yang akan menggunakan jasa ojek tersebut maka pelanggan tersebut akan diarahkan ke tukang ojek yang belum mendapat penumpang tersebut. Akan tetapi, untuk sekarang karena menurunnya jumlah pengguna ojek konvensional, hal tersebut semakin memudar. Bisa dikatakan satu orang pun hanya mendapat 2-3 pelanggan saja, lalu bagaimana bisa solidaritas tersebut masih tetap berjalan. Mengingat, setiap tukang ojek yang berada di Stasiun Purwokerto berjuang untuk mendapat rezeki masing-masing.

Maka dari itu, menurut keterangan dari Bapak Kusnadi selaku ketua POSB, bentuk solidaritas yang dilakukan oleh anggota POSB di tengah menurunnya jumlah pengguna ojek konvensional, yaitu dengan cara pada saat ada anggota yang mendapat penumpang jarak jauh, ketika kembali ke stasiun akan mentraktir beberapa anggota lain ketika sedang berkumpul. Hal ini tentu saja dapat mempererat solidaritas antar anggota dan meningkatkan rasa kekeluargaan. Selain itu, setiap anggota wajib membayar iuran anggota sebesar 10.000 per bulan. Uang iuran ini digunakan untuk perputaran roda dalam berorganisasi, sebagai biaya operasional segala bentuk kegiatan yang berhubungan dengan POSB termasuk bantuan sosial apabila ada anggota yang terkena musibah saat menjalankan aktivitas ngojek.

4. Melakukan Pembaharuan Sistem Layanan

Dengan munculnya persaingan dari layanan ojek *online* untuk mendapatkan penumpang di Stasiun Purwokerto, pengemudi ojek konvensional di stasiun tersebut telah memperbarui layanan mereka dengan meningkatkan usaha dalam menarik pelanggan. Berdasarkan observasi, kehadiran ojek *online* telah mendorong komunitas ojek konvensional di Stasiun Purwokerto untuk bergerak lebih cepat dalam mendapatkan pelanggan, yang berarti mereka tidak lagi bisa bersantai di pangkalan; mereka harus aktif bergerak, mendekati penumpang yang baru tiba di stasiun satu demi satu. Selanjutnya, mereka juga memberikan kesempatan kepada penumpang untuk bernegosiasi tentang

tarif, dengan tujuan mencapai kesepakatan yang memuaskan kedua belah pihak. Tidak hanya itu, dalam upaya meningkatkan layanan, pengemudi ojek konvensional juga menawarkan jasa mereka dengan cara yang lebih sopan dan siap membantu membawa barang-barang penumpang yang ingin menggunakan jasa ojeknya.



Gambar 4. 2 Ojek Konvensional Sedang Menawarkan Jasanya di Pintu Keluar Sebelah Timur

C. Faktor-Faktor Yang Melatarbelakangi Ojek Konvensional Di Stasiun Purwokerto Tidak Bergabung Dengan Ojek *Online*

Transformasi digital yang telah mengubah wajah sektor transportasi dengan munculnya ojek *online*, tidak sepenuhnya mengusur keberadaan ojek konvensional. Di stasiun Purwokerto, masih ada pengemudi ojek konvensional yang bertahan dengan pekerjaan mereka. Keputusan mereka untuk tidak beralih ke ojek *online* dapat dilihat melalui lensa teori Tindakan Sosial dari Max Weber yang dikemukakan pada tahun 1922. Menurut teori ini, tindakan sosial terbagi menjadi beberapa jenis rasionalitas.

1. Rasionalitas Instrumental

Rasionalitas instrumental merupakan konsep tindakan sosial yang didasarkan pada pertimbangan rasional individu dalam merespons lingkungan eksternal dan interaksi dengan orang lain, sebagai upaya memenuhi kebutuhan hidupnya. Dalam konteks tukang ojek yang berjuang mempertahankan keberadaannya, tindakan ini didorong oleh kebutuhan ekonomi keluarga. Berdasarkan informasi dari Bapak Kusnadi, bagi sebagian besar ojek konvensional, pekerjaan ini adalah sumber penghasilan utama dan mereka adalah penopang ekonomi keluarga, yang membuat mereka perlu mencari nafkah untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Keterbatasan keahlian di bidang lain dan hambatan pendidikan membuat mereka tidak memiliki pilihan pekerjaan alternatif, sehingga mereka merasa perlu bertahan sebagai tukang ojek meskipun menghadapi persaingan dari ojek *online*.

Menurut keterangan dari ketua dan anggota komunitas yang telah diwawancarai, dapat disimpulkan juga bahwasannya banyak anggota ojek konvensional itu sudah lanjut usia dan tidak terlalu bisa mengikuti perkembangan teknologi. Untuk dari segi modal menjadi ojek *online* yaitu *smartphone*, tidak menjadi pengaruh. Karena pada awal kehadiran ojek *online*, Pemerintah Kabupaten Banyumas menawarkan agar seluruh ojek konvensional di Stasiun Purwokerto bergabung sebagai ojek *online* dan akan dibantu dengan cara difasilitasi *smartphone* per orang. Akan tetapi, hal tersebut ditolak oleh beberapa anggota ojek konvensional itu sendiri, karena mereka sudah nyaman sebagai tukang ojek konvensional. Selain itu, faktor lain yang harus dipertimbangkan ketika bergabung dengan ojek *online* yaitu pasti membutuhkan kuota internet setiap hari, yang mana untuk penghasilan sehari-hari tidak seberapa dan jika harus terpotong untuk membeli kuota tentu saja akan mengurangi pendapatan untuk memenuhi kebutuhan.

2. Rasionalitas Nilai

Penelitian ini menunjukkan bahwa ojek konvensional mempertahankan keberadaannya di tengah persaingan dengan ojek *online* dengan mengandalkan nilai-nilai tertentu. Sistem ojek *online* yang beroperasi melalui *smartphone* memiliki perbedaan signifikan dibandingkan dengan ojek konvensional. Dalam proses mendapatkan penumpang, ojek *online* menerima notifikasi melalui *smartphone* yang dimiliki oleh para pengendara yang berada di dekat lokasi penumpang, yang seringkali terdiri dari lebih dari satu pengendara, sehingga mereka harus segera menerima pesan dari pelanggan. Pengendara yang pertama kali menerima pesan akan mendapatkan hak untuk mengangkut penumpang tersebut. Berbeda dengan ojek konvensional yang mendapatkan penumpang dengan cara menunggu di pangkalan ojek sampai ada penumpang yang membutuhkan layanan mereka. Akan tetapi, karena persaingan yang ketat dengan ojek *online* di stasiun purwokerto, hal ini tidak dapat lagi dilakukan. Tukang ojek harus menunggu penumpang langsung di pintu keluar sebelah timur dan menawarkan jasanya kepada satu per satu penumpang yang turun di Stasiun Purwokerto.

Nilai-nilai yang dimaksud mencakup nilai ekonomi, yang menjadi dasar bagi ojek konvensional untuk tetap mengandalkan pelanggan mereka dalam menggunakan layanan mereka, agar pendapatan dari pekerjaan utama mereka dapat terus berlanjut.

Selain itu, sebelum adanya ojek *online* yang mana pengguna jasa ojek konvensional masih sangat banyak karena tidak mempunyai saingan lain, nilai solidaritas ojek konvensional dapat dilihat dari sini. Dalam situasi di mana seorang pengemudi ojek belum berhasil memperoleh penumpang, rekan-rekan pengemudi ojek lain yang telah mendapatkan penumpang akan memberi kesempatan kepada pengemudi yang belum kebagian penumpang untuk mengantar penumpang yang telah mereka dapatkan. Ini merupakan bentuk solidaritas dan kerjasama di antara para pengemudi ojek untuk memastikan bahwa setiap anggota

mendapat kesempatan yang adil dalam mendapatkan penghasilan. Akan tetapi, karena terbatasnya dan penurunan jumlah pengguna jasa ojek konvensional, maka hal tersebut juga mulai memudar. Hal ini karena latarbelakang mereka juga yang sama-sama saling berjuang mendapat penumpang yang jumlahnya semakin sedikit itu. walaupun bentuk solidaritas tersebut telah memudar, para tukang ojek konvensional juga masih menunjukkan solidaritasnya dalam bentuk lain, yaitu ketika ada tukang ojek yang mendapat penumpang jarak jauh, ketika kembali ke stasiun akan membelikan kopi atau makanan ke beberapa anggota lain ketika sedang berkumpul. Hal ini tentu saja dapat mempererat solidaritas antar anggota dan meningkatkan rasa kekeluargaan.

Selain karena nilai-nilai tersebut di atas, dari sisi nilai religious ojek konvensional juga meyakini bahwa rezeki memang benar-benar sudah ada yang mengatur, tugasnya hanya berusaha mencari dan berjuang, untuk urusan rezeki sepenuhnya telah diserahkan kepada Yang Maha Kuasa. Terbukti karena walaupun mungkin pendapatannya menurun, akan tetapi tukang ojek konvensional masih dapat memenuhi kebutuhan keluarga walaupun hanya dalam kategori cukup bahkan kadang sampai kurang.

3. Rasionalitas Afeksi

Rasionalitas afeksi merupakan tindakan sosial yang muncul bukan karena perencanaan, melainkan karena dorongan emosional. Ini adalah jenis tindakan sosial yang terjadi akibat motivasi yang bersifat emosional, yang mencakup segala perasaan atau pengalaman yang dirasakan oleh individu tersebut. Menurut keterangan Bapak Topan selaku anggota POSB dan kebetulan sebelumnya beliau pernah tergabung dengan ojek *online* mengatakan bahwa, salah satu faktor mengapa mereka tidak bergabung dengan ojek *online* yaitu pendapatan yang tidak terlalu jauh berbeda dengan ojek konvensional. Di mana hal ini juga tidak sebanding dengan apa yang di dapat ketika mendapat sebuah *order*. Sebagai contoh, dalam ojek *online*, ongkos untuk

menjemput penumpang di titik jemput itu tidak diperhitungkan padahal untuk ke titik tersebut membutuhkan bensin dan juga tenaga. Hal ini juga dikarenakan menurut mereka tarif ojek *online* itu tidak masuk akal dan samar, Untuk ilustrasi, jarak antara 1 hingga 15 kilometer dikenakan biaya sebesar 15.000, yang artinya baik untuk jarak 1 kilometer maupun 15 kilometer, tarifnya tidak berubah. Beliau melanjutkan bahwa, ketika tarif yang ditawarkan penumpang tidak masuk akal dan dirasa dapat merugikan dirinya, beliau memilih tidak akan mengambil penumpang tersebut untuk diantarkan.

Belum lagi ketika pelanggan memesan jasa dengan tawaran promo, yang mana pendapatan tukang ojek *online* ini juga berkurang. Karena dalam ojek *online* menerapkan sistem *sharing economy* dengan penyedia platform aplikasi yang digunakan.

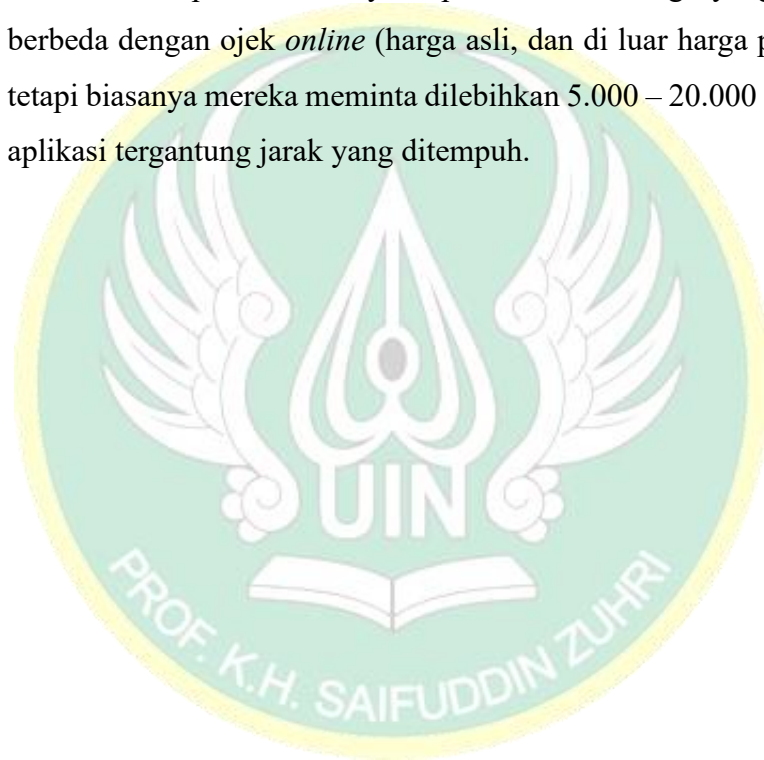
Selain faktor tersebut, ketika akan bergabung dengan ojek *online*, diperlukan syarat mempunyai kendaraan yang sesuai standar perusahaan. Di mana kebanyakan anggota ojek konvensional hanya memiliki motor tua yang masih layak jalan dengan surat-surat yang lengkap. Keterbatasan tersebut dapat menjadi faktor yang beralasan mengapa para pengemudi ojek konvensional tidak bergabung dengan ojek *online*.

4. Rasionalitas Tradisional

Tindakan yang bersifat rasional tradisional biasanya berakar pada kebiasaan dan pengalaman masa lalu. Di Stasiun Purwokerto, ojek konvensional masih eksis meskipun ojek *online* telah muncul. Perbedaan utama antara keduanya terletak pada keberadaan pangkalan. Ojek konvensional memiliki pangkalan tetap di lokasi strategis dan ramai, sudah beroperasi lebih dari dua dekade. Penumpang yang memerlukan layanan mereka biasanya akan langsung menuju pangkalan tersebut. Sementara itu, ojek *online* tidak terikat pada pangkalan tertentu dan pelanggan harus melakukan pemesanan melalui aplikasi di

smartphone. Ini membuat ojek *online* lebih fleksibel dan tidak terbatas pada satu lokasi

Selain keberadaan pangkalan tertentu, ciri yang membedakan ojek konvensional adalah proses negosiasi tarif yang dilakukan antara pengemudi ojek dan calon penumpang. Proses tawar-menawar ini berlangsung hingga tercapai kesepakatan tarif yang cocok bagi kedua belah pihak, dan praktik ini telah menjadi tradisi yang diwariskan secara generasi. Menurut keterangan Bapak Subarman, tukang ojek konvensional pun sebenarnya dapat mematok harga yang tidak jauh berbeda dengan ojek *online* (harga asli, dan di luar harga promo) akan tetapi biasanya mereka meminta dilebihkan 5.000 – 20.000 dari harga di aplikasi tergantung jarak yang ditempuh.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan analisis yang telah dijalankan, yang dapat ditarik adalah sebagai berikut.

1. Ojek konvensional di Stasiun Purwokerto melakukan beberapa strategi untuk mempertahankan eksistensinya di tengah adanya ojek *online*, strategi tersebut sebagai berikut. Pertama, pembatasan wilayah *pick up point* untuk penumpang kereta api yang akan melanjutkan perjalanannya menggunakan ojek *online*. Kedua, pembuatan KTA (Kartu Tanda Anggota) untuk para anggota komunitas ojek konvensional di Stasiun Purwokerto yang terdaftar secara resmi sebagai bukti bentuk eksistensi mereka. Ketiga, membangun solidaritas, solidaritas ini tidak hanya dibangun dengan antar anggota ojek konvensional saja, akan tetapi juga dengan pengemudi transportasi konvensional lain seperti taksi dan becak yang ada di Stasiun Purwokerto. Keempat, melakukan pembaruan pada sistem pelayanan dengan meningkatkan efisiensi dalam proses pencarian penumpang. Hal ini juga termasuk memberikan kesempatan bagi penumpang dan penyedia layanan untuk melakukan negosiasi tarif hingga tercapai kesepakatan yang memuaskan kedua belah pihak.
2. Beberapa alasan mengapa ojek konvensional memilih untuk tidak bergabung dengan platform ojek *online* dapat dijelaskan melalui konsep Tindakan Sosial Max Weber. Pertama-tama, terdapat rasionalitas instrumental, yang merupakan tindakan sosial berdasarkan pertimbangan rasional individu dalam merespons lingkungan eksternal dan orang lain demi memenuhi kebutuhan hidupnya. Selanjutnya, ada rasionalitas nilai, yang berkaitan dengan solidaritas antara pengemudi ojek konvensional serta nilai-nilai religius yang mereka anut dalam menerima penghasilan. Selain itu, rasionalitas afektif juga berperan, di mana tindakan sosial ini muncul dari dorongan emosional, mencakup perasaan dan pengalaman pribadi. Terakhir, rasionalitas tradisional

mempengaruhi tindakan sosial yang berakar pada kebiasaan dan tradisi yang telah lama ada, yang merupakan hasil dari pengalaman masa lalu.

B. Saran

Setelah menyajikan pembahasan dan kesimpulan, peneliti kemudian mengajukan beberapa saran sebagai langkah berikutnya. Berikut ini adalah saran-saran yang disampaikan oleh peneliti:

1. Baik ojek konvensional dan ojek *online* hendaknya mematuhi peraturan yang telah ditetapkan sebelumnya dan melakukan persaingan secara sehat seperti mematuhi sistem batas menaikkan penumpang di wilayah Stasiun Purwokerto.
2. Ojek konvensional perlu beradaptasi dengan era digital untuk tetap relevan. Peningkatan kualitas pelayanan seperti kebersihan kendaraan, keramahan pengemudi, dan ketepatan waktu menjadi kunci utama. Membangun kepercayaan pelanggan melalui identitas yang jelas, transparansi, dan program loyalitas tidak boleh dilewatkan. Dengan konsisten memberikan pelayanan terbaik dan berinovasi, ojek konvensional dapat bersaing dengan ojek *online* dan mempertahankan eksistensinya.

C. Keterbatasan Penelitian dan Saran Untuk Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Salah satu tantangan utama adalah sulitnya memperluas temuan karena kondisi spesifik di Stasiun Purwokerto yang mungkin tidak berlaku di wilayah lain. Selain itu, definisi “ojek konvensional” yang beragam dan metode pengukuran eksistensi yang kompleks juga menjadi kendala. Dinamika industri transportasi yang cepat dengan munculnya teknologi baru, perubahan regulasi, dan ketidakstabilan ekonomi semakin memperumit penelitian ini. Juga keterbatasan data historis dan sumber daya yang terbatas juga menjadi faktor penghambat dalam melakukan analisis yang lebih mendalam.

Berdasarkan keterbatasan yang ditemukan dalam penelitian ini, beberapa saran dapat diajukan untuk penelitian selanjutnya. Pertama, perluasan ruang lingkup penelitian dapat dilakukan dengan melibatkan

wilayah yang lebih beragam, memperluas cakupan subjek penelitian, atau melakukan penelitian jangka panjang untuk mengamati perubahan dari waktu ke waktu. Kedua, fokus penelitian dapat dipersempit pada aspek-aspek spesifik seperti dampak kebijakan, peran teknologi, atau perilaku konsumen. Terakhir, kerja sama dengan berbagai pihak terkait, seperti pemerintah, asosiasi pengemudi, dan Perusahaan ojek *online*, dapat memberikan akses data yang komprehensif dan memperkaya hasil penelitian. Dengan demikian, penelitian selanjutnya diharapkan dapat memberikan kontribusi yang lebih signifikan dalam memahami dinamika persaingan antara ojek konvensional dan ojek *online*.



DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Z. (2006). *Filsafat Manusia: Memahami Manusia Melalui Filsafat*. PT Remaja Rosdakarya.
- Adam, A., & Ternate. (2023). Analilis Dinamika Perkembangan Kurikulum di Indonesia Adiyana Adam 1 ,Wahdiah 2 IAIN Ternate, Maluku Utara.Indonesia. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(6), 723–735.
- Alim, S. (2022). *Strategi Survival Pelaku Umkm Di Masa Pandemi (Studi pada Pengusaha Konveksi di Kediri Selatan)*.
- Amajida, F. D. (2016). *Kreativitas Digital Dalam Masyarakat Risiko Perkotaan: Studi Tentang Ojek Online “Go-Jek” Di Jakarta*. *Informasi*, 46(1), 115. <https://doi.org/10.21831/informasi.v46i1.9657>
- Amorodito, R. D., Lestari, P., Maghfiroh, S., Apriyani, L., Soedirman, U. J., Soedirman, U. J., Address, E., Perbendaharaan, D. J., Address, E., & Desa, D. (2022). *Prinsip Good Governance Dalam Pengelolaan Penggunaan Dana Desa Dan Dampak Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Desa Linggasari ., Midyear International ...*, 1012–1028.
- Athaya, D. (2022). *Pengaruh Strategi Bertahan Usaha Mikro Kecil Pendapatan Di Masa Pandemi Covid 19 Islam Negri Raden Intan 1444 H / 2022 M Pengaruh Strategi Bertahan Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm) Terhadap Peningkatan Pendapatan Di Masa Pandemi Covid 19 1444 H / 2022*.
- Chodijah, S. (2022). *Strategi Ojek Konvensional Dalam Mempertahankan Eksistensi Di Tengah Digitalisasi Transportasi*. 1(1), 25–32.
- Douglas, G. R. (2012). *Teori Sosiologi Modern*. Kreasi Wacana.
- Feriyanti, N. (2008). *Mengenal Alat Komunikasi dan Transportasi*. Alprin.
- Hardani, Andriani, H., Ustiyawaty, J., Auliya, H. N., Fardani, R., Utami, E., Sukmana, D., & Istiqomah, R. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Penerbit Pustaka Ilmu.
- Moleong, L. J. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Nika, M., & Ali, M. (2013). *Kajian Eksistensi Pasar Tradisional Kota Surakarta*. *Jurnal Teknik PWK*, 2, 256.
- Oktavia, D. D., & Suharsono, R. S. (2022). *Strategi Bertahan Brand “Apple” Dimasa pandemi COVID19 dan Penerapannya pada UMKM di Kota Malang Sebagai Upaya Keberlangsungan Usaha*. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(8), 3773–3779.

- Prahesti, V. D. (2021). *Analisis Tindakan Sosial Max Weber dalam Kebiasaan Membaca Asmaul Husna Peserta Didik MI/SD*. *AN NUR: Jurnal Studi Islam*, 13(2), 137–152.
- Prasetya, H. D., & Legowo, M. (2016). *Rasionalitas Ojek Konvensional Dalam Mempertahankan Eksistensi di Tengah Adanya Gojek di Kota Surabaya*. *Jurnal Paradigma*, 4(3), 1–7.
- Rahmani, N. (2022). *Eksistensi Ojek Pangkalan Stasiun Tanah Abang di Tengah Adanya Ojek Online*. *Repository.Uinjkt.Ac.Id*.
- Roy, J., Yani, Y., & Supiasty, A. (2023). *Volume 02 Issue 1 , 2023 . Pages 47-52 ABDIMU Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat ; Ekonomi , Manajemen , Bisnis dan Akuntansi Pengaruh mobilitas ojek online terhadap eksistensi ojek konvensional di kota Samarinda The influence of online motorcycle taxi m*. 02(1), 47–52.
- Sekar, M. S. W. B. A. (2021). *Analisis Dampak Peraturan Baru Ojek Online Terhadap Kesejahteraan Pengemudi (Studi Kasus Pada Komunitas Morfoza)*.
- Situmorang, F., Anggi Hasian Silaban, A., Rohmi, Z., & Suryawan, I. B. (2020). *Eksistensi Jasa Transportasi Konvensional Milik Masyarakat Lokal pada Era Revolusi Industri 4.0 di Kelurahan Ubud, Bali*. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 8(1), 141.
- Sri Astati Sukawati, N. K., Putra Wirasutama, C., & Intan Oktarianingtyas, D. (2021). *Analisis Minat Masyarakat Terhadap Pemilihan Moda Transportasi (Studi Kasus : Taksi Online (Grab) Dan Taksi Konvensional (Blue Bird))*. In *Jurnal Ilmiah Vastuwidya* (Vol. 4, Issue 2, pp. 08–13).
- Sudiantini, D., & Hadita. (2022). *Manajemen Strategi*. CV. Pena Persada.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif*. CV. Alfabeta.
- Suhardih, D. (2024). *Dampak Ekonomi dan Sosial pada Penggunaan Layanan Online di Era Digital: Konteks Pemesanan Makanan dan Transportasi*. *Jurnal At-Tadbir*, 34.
- Tafsir, A. (1992). *Filsafat Umum, Akal dan Hati Sejak Thales Sampai James*. PT Remaja Rosdakarya.
- Waridah, E. (2017). *Kamus Bahasa Indonesia untuk Pelajar, Mahasiswa, dan Umum*. Bmedia Imprint Kawan Pustaka.
- Wibowo, W. N. (2018). *Eksistensi Fenomenologi Oleh Rollo May*. *Paper*

Knowledge . Toward a Media History of Documents, 1(69), 5–24.

Wijaya, A. (2019). *Aspek Hukum Bisnis Transportasi Jalan Online* (Tarmizi (ed.)). Sinar Grafika.

Wulanjani, R. (2024). *Analisis Eksistensi Ojek Konvensional di Era Ekonomi Digital Perspektif Ekonomi Syariah (Studi Kasus Komunitas Ojek Konvensional Terminal Bulupitu Purwokerto).*



LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1: Hasil Wawancara

Wawancara 1 (16 Desember 2024)

A. Identitas Wawancara

Nama : Bapak Kusnadi

Jabatan : Ketua Paguyuban Ojek Stasiun Bersatu

Jenis Kelamin : Laki-laki

Umur : 53 tahun

Masa Kerja : 5 tahun

Alamat : Jln. Stasiun

B. Pertanyaan Penelitian

No.	Pertanyaan	Jawaban
1.	Bagaimana latarbelakang komunitas ojek konvensional di Stasiun Purwokerto?	<i>“Kalo dulu malah awal dari segi komunitas malah ga ada. Cuma kan kebetulan lama kelamaan kan karena ada perkembangan jaman mungkin terbentuk sebuah paguyuban-paguyuban. Dan itu juga muncul dari beberapa wilayah, bukan kober saja. Kalo sekarang ada POSB (Paguyuban Ojek Stasiun Bersatu). Dulu disini ada 6 pos raya setelah pembubaran pedagang asongan, jadi tukang ojek disini merupakan mayoritas pedagang asongan yang dulu nawar-nawarin di kereta, dulu kan ada kaya gitu yang masuk ke kereta”</i>
2.	Berapa jumlah anggota POSB?	<i>“kalo sekarang yang resmi yang ber KTA sekitar 70an Iamanya. Dari jumlah 123, udah ga aktif ya akhirnya dikatakan sekarang hangus lah ya”</i>
3.	Bagaimana anggapan mengenai adanya ojek online?	<i>“ya emang luar biasa koh mba. Dari segi persaingan harga terus</i>

		<i>dari segi pendapatan, kan otomatis kaya pihak penumpang pun akhirnya keluar pergi kan ke pintu barat, naik online. Disini pun sama mba”</i>
4.	Bagaimana pendapat mengenai sistem batas penumpang?	<i>“ya emang itu diwajibkan emang itu justru untuk membantu pihak opang lah ya. Jujur aja, kalo pihak online kan disini bisa mencari di mana titik sumber kan banyak, kalo opang kan Cuma disini aja. Makanya dimunculkan zona merah ya itu buat kita lah ya. Kita sama-sama mencari nafkah, ga beda dia punya tanggungjawab keluarga, kita pun sama. Jadi buat bentuk kesadaran masing-masing aja”</i>
5.	Bagaimana solidaritas anggota POSB?	<i>“dulu tu banyak mba sebelum adanya pihak online sistem ngasih penumpang ke tukang ojek yang belum dapet penumpang gitu, karena ya faktor rejeki itu lebih melimpah lah ya. Kalo sekarang kan persaingan maju kesini kita mencari pun hanya kadang dapet kadang ngga, kadang Cuma dapet dua penumpang, itupun dalam kota. Ya kemungkinan kecil untuk kaya dulu lagi. Tapi kalo sekarang si bentuk solidaritasnya dalam bentuk jika ada yang dapet luar kota, nah nanti pulangnye ketika balik lagi ke stasiun ya kadang traktir kopi atau apa gitu ke anggota lain”</i>
6.	Apakah pekerjaan sebagai ojek ini pekerjaan utama?	<i>“kalo untuk semua ojek itu sebenarnya faktor kepepet apa ya, karena sudah ga ada kerjain lain mungkin kita larinya ke ojek</i>

		<i>ya pertama ya mungkin gampang. Tidak ada persyaratan khusus yang penting punya SIM terus ikut bikin KTA”</i>
7.	Bagaimana strategi POSB untuk mempertahankan eksistensinya di Stasiun Purwokerto?	<i>“dan perlu dipahami juga disini tidak ada penambahan anggota ojek karena kan faktor ada tambal sulam jika ada orang luar yang ingin ngojek ya kita sistemnya gantiin anggota yang sudah keluar itu, jadi ga lama-lama nambah”</i>
8.	Sebagai ketua POSB sendiri, mengapa anggota ojek konvensional sendiri tidak bergabung dengan ojek online?	<i>“mungkin ada beberapa hal, dan dari segi hasil kan dulu menjanjikan yang disini (stasiun purwokerto) jadi kalo kaya kita kan kerja individu apa ya, kalo mengikuti online kan mungkin banyak aturan. Karena mereka-mereka yang online kan karena tidak punya wilayah ojek, jadi ya mungkin larinya banyak yang ke online. kalo kaya kita kebetulan kan di wilayah kita kan ada tempat stasiun ini. Juga dulu online saat lagi naik daun sebenarnya lumayan juga tu mba, sampe 200-300, kami pun tetep biasa aja karena ya udah pilihan bertahan disini udah nyaman disini dan juga ya ada sebagian yang emang udah tua jadi ga terlalu bisa ngikut-ngikut teknologi, gaptak apaya namanya”</i>

Wawancara 2 (10 Desember 2024)

A. Identitas Informan

Nama : Bapak Subarman Bahroni

Jabatan : Anggota POSB

Jenis Kelamin : Laki-laki

Umur : 60 tahun

Masa Kerja : 27 tahun

Alamat : Pasir Kidul, Purwokerto Barat

B. Pertanyaan Penelitian

1.	Apa alasan memilih bekerja sebagai ojek konvensional? Apa sebagai mata pencaharian utama?	<i>“dari semula pulang dari perantauan memang saya maunya milih ojek, meneruskan supir tadi (di rantauan bekerja sebagai supir mobil) karena untuk biaya banyak di samping itu juga saya waktu itu anaknya masih pada sekolah ya ojek kebetulan belum ada online karena hasilnya lumayan lah dari ojek”</i>
2.	Pertimbangan sebagai ojek konvensional?	<i>“pertimbangan sendiri karena saya tidak mau jualan ga punya modal jadi saya milih ojek opang biarpun sepi masih ditlateni karena ga modal si jadi itu. lagipula udah tua lagi kepengennya ojek aja”</i>
3.	Bagaimana kondisi ekonomi keluarga?	<i>“alhamdulillah saya si anaknya udah gada yang sekolah (sudah tidak ada tanggungan biaya untuk keperluan sekolah) soalnya Cuma sama istri aja sekarang karena anaknya udah pada kerja”</i>
4.	Berapa pendapatan dalam sehari?	<i>“kalo semenjak ada online gabisa dipastikan, kadang narik kadang engga. Gabisa ditarget berapa karena gabisa, soalnya</i>

		<i>kadang Cuma dapet penumpang dua, misal satunya 25 (dalam kota), dua berarti 50 lah itu buat beli bensin buat apa jadi kadang ya 25 kan itu. misal kalo lagi rame sih kalo saya minimal 80 dapet, kalo saya loh, kalo lagi sepi malah ga dapet sama sekali”</i>
5.	Alasan bertahan sebagai ojek konvensional?	<i>“memang dari bupati pak husain dulu ojek stasiun suruh masuk online semuanya, ya mau dikasih hp, helm, jaket pada gamau. Ojek sini masih mempertahankan lahan kalo otomatis saya online semua nanti otomatis online parkir sini semua tiap hari ribut”</i>
6.	Mengapa tidak bergabung dengan ojek online?	<i>“saya mau masuk online tadinya, tapi ga kompak itu ga semuanya mau online, ada yang buta huruf, ada yang gabisa main hp. Kalo saya bergabung ga ngomong, langsung dari sini udah dicoret, udah bukan anggota lagi, KTA saya bisa dijual, misal mau nekat juga bisa, tapi sayang mba”</i>
7.	Bagaimana upaya mempertahankan eksistensi ojek konvensional?	<i>“udah pernah diadakan ronda juga disiplin karena banyak online yang melanggar, banyak sekali, udah ada zona merah tapi masih terus melanggar, rondanya bubar ya masih melanggar terus. strateginya untuk mencari nafkah disini lancer, otomatis harus ada ronda, jadi aman, online yang lain patuh mematuhi aturan dan ga melanggar terus. banyak juga yang dirayu (penawaran berhasil) biar tetep ojek sama saya juga. Harus memang ditelateni dengan kita</i>

		<i>sabar, kita tawakal, ya harus ada ronda”</i>
--	--	---



Wawancara 3 (10 Desember 2024)

A. Identitas Informan

Nama : Bapak Topan

Jabatan : Anggota POSB

Jenis Kelamin : Laki-laki

Umur : 40 tahun

Masa Kerja : 10 tahun

Alamat : Jln. Stasiun

B. Pertanyaan Penelitian

1.	Apa alasan memilih bekerja sebagai ojek konvensional? Apa sebagai mata pencaharian utama?	<i>“Kalo saya sih sekarang udah ga kerja jadi bebas kaya gini mba, kalo dapet pasokan rezeki si ya urusan sama yang di atas. Dari dulu memang ngojek jadi utama si mba. Kalo mau usaha juga gada modalnya si mba”</i>
2.	Pertimbangan sebagai ojek konvensional?	<i>“harusnya memang ini buat sampingan tapi gabisa, harus pilih salah satu. Kalo dua-duaan (dibarengi kerjaan lain) gabisa jalan. Makanya saya pilih ini aja (sebagai ojek konvensional) dapetnya sampe berapa gitu urusan yang di atas mba”</i>
3.	Bagaimana kondisi ekonomi keluarga?	<i>“anak saya masih sekolah semua mba dua-duanya. Lagi pusing-pusingnya seumur saya ini mba, padahal pahal nya Cuma kaya gini, ya Kembali lagi pasrah aja, pusing mba, pusing sebenarnya.”</i>
4.	Berapa pendapatan dalam sehari?	<i>“kalo pendapatan si ga mesti mba, kemaren Cuma dua kali tok (dapat penumpang Cuma dua dalam sehari. Kadang gada 50 sehari. Paling banyak dulu sebelum adanya online bisa</i>

		<i>sampe 500.000, kalo sekarang mah gada segitu)</i> ”
5.	Alasan bertahan sebagai ojek konvensional?	<i>“dari awal emang udah ditawarin mba semua pangkalan, terminal, stasiun tapi emang pada gamau. Maunya Cuma bertahan kaya gini aja. Kalo menurut saya itu online malah bisa kerjanya dua kali, udah jemput baru nganter, kalo kaya gin ikan kebanyakan Cuma nganter doang. Kadang yang udah dijemput malah lama banget, jadi ga efisien”</i>
6.	Mengapa tidak bergabung dengan ojek online?	<i>“kalo dibilang gamau bergabung, saya justru udah pernah bergabung dengan online mba, dari awal kemunculan juga sudah bergabung, Cuma ya kalo dari segi pendapatan sebenarnya sama, Cuma itu lebih murah, sama-sama gapapa, tapi juga ada potongan ini itu. kalo kaya gini cukup sekali dua kali jasanya ya udah cukup. Kadang udah jauh banget nganternya, Cuma dapet berapa gitu.”</i>
7.	Bagaimana upaya mempertahankan eksistensi ojek konvensional?	<i>“kalo nomer, penumpang pasti yang minta. Kalo nomer kita ga pernah nyebarin, kalo merasa enjoy itu pasti penumpangnya pasti minta nomernya, minta jemput kadang. Kalo ini ada yang minta jemput ada tambahan biaya jemput, ya tambahin sedikit lah dari ongkosnya”</i>

Wawancara 4 (11 Desember 2024)

A. Identitas Informan

Nama : Diah Anggraeni

Jabatan : Penumpang Ojek *Online* di Stasiun Purwokerto

Jenis Kelamin : Perempuan

Umur : 26 tahun

Alamat : Tegal

B. Pertanyaan Penelitian

1.	Alasan memilih menggunakan ojek <i>online</i> di Stasiun Purwokerto	<i>“sebenarnya kalo berjalan lumayan jauh tuh gapapa ya ga terlalu ribet juga dari pintu keluar ke pintu barat tuh ga terlalu jauh, lagipula sepi. Kalo dari harga lebih pasti, kita ga perlu nego, apalagi biasanya ada harga promo kan. Apalagi kalo kita pesen kan kita bisa nunggu dulu di ruang tunggu, ga kepanasan, lebih enak lebih nyaman. Kalo kita keluar dulu kan kita harus cari orangnya, harus nego dulu, kan itu lebih memakan waktu dan tenaga apalagi habis perjalanan jauh ya, pasti udah mager jadi cari yang pasti-pasti aja. Faktor lain mungkin salah satunya karena alasan keamanan ya, kalo online kan setiap kita pesen ada namanya, pake motor apa, platnya berapa dll, jadi dari situ ngerasa udah aman lah karena ada detail info pengemudi.”</i>
----	---	--

Wawancara 5 (10 Desember 2024)

A. Identitas Informan

Nama : Taufik

Jabatan : Penumpang Ojek Konvensional di Stasiun Purwokerto

Jenis Kelamin : Laki-laki

Umur : 35 tahun

Alamat : Rejasari

B. Pertanyaan Penelitian

1.	Alasan memilih menggunakan ojek konvensional di Stasiun Purwokerto	<i>“yaa karena apa si iya mba, praktis aja mungkin mba, soalnya saya juga rumahnya dekat stasiun dan ya enak aja keluar stasiun langsung dapet kendaraan ga harus nunggu online dulu. Tarifnya juga menurut saya masih terjangkau kok. Saya sebenarnya bisa aja lewat pintu barat, saya tau itu kalo emang mau pake online kan keluarinya dari sana, tapi ya udah lah mba pintu barat pun tetep lumayan jalannya menurut saya, cape juga saya dari Surabaya perjalanan jauh, jadi ya yang praktis aja”</i>
----	--	--

Lampiran 2: Dokumentasi Penelitian



Dokumentasi Wawancara bersama Pelaku Ojek Konvensional di Stasiun Purwokerto



Pelaku Ojek Konvensional Sedang Menunggu Turunnya Penumpang dan Menawarkan Jasanya Kepada Penumpang Kereta Api



Dokumentasi Dengan Pengguna Ojek *Online* Dan Dengan Bapak Kusnadi Selaku Ketua POSB

Lampiran 3: Surat Izin Riset Individual



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

Nomor : 2140/Un.19/FEBl.J.ES/PP.009/12/2023
Lamp. : -
Perihal : Permohonan Izin Riset Individual

Purwokerto, 23 Desember 2023

Kepada Yth.,
Ketua Komunitas Ojek Konvensional Stasiun Purwokerto
di
Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr. wb.

Dalam rangka pengumpulan data guna penyusunan Skripsi yang berjudul "Eksistensi Ojek Konvensional Stasiun Purwokerto di Tengah Maraknya Ojek Online" maka kami mohon Bapak/ibu berkenan memberikan izin observasi kepada mahasiswa kami :

1. Nama : Insi Rifka Navita
2. NIM : 2017201277
3. Semester/Prodi : 9 / Ekonomi Syariah
4. Tahun Akademik : 2024/2025
5. Alamat : Desa Pasir Wetan Kecamatan Karanglewas.

Adapun observasi tersebut akan dilaksanakan dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Obyek yang diobservasi : Eksistensi Ojek Konvensional
2. Tempat/Lokasi : Stasiun Purwokerto
3. Waktu Obsevasi : 24 Desember s.d. 31 Desember 2024.

Demikian permohonan ini kami buat, atas izin dan perkenan Bapak/Ibu, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

An. Dekan
Koordinator Prodi Ekonomi Syariah



Lampiran 4: Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian

SURAT KETERANGAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Kusnadi

Jabatan : Ketua Komunitas Ojek Konvensional Stasiun Purwokerto

Dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa dengan identitas:

Nama : Insi Rifka Navita


NIM : 2017201277

Program Studi : Ekonomi Syariah

Instansi : UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri

Telah menyelesaikan penelitian dan pengambilan data penelitian di Stasiun Purwokerto terhitung mulai tanggal 28 November s/d 16 Desember 2024 untuk memperoleh data penelitian dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul "Eksistensi Ojek Konvensional Stasiun Purwokerto Di Tengah Adanya Ojek Online".

Purwokerto, 16 Desember 2024


(Kusnadi)

Lampiran 5: Surat Keterangan Lulus Seminar Proposal



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

SURAT KETERANGAN LULUS SEMINAR PROPOSAL

Nomor: 970/Un.19/FEBI.J.ES/PP.009/8/2023

Yang bertanda tangan dibawah ini Koordinator Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa mahasiswa atas nama :

Nama : Insi Rifka Navita
NIM : 2017201277
Program Studi : Ekonomi Syariah
Pembimbing Skripsi : Dr. H. Akhmad Faozan, Lc., M.Ag.
Judul : Dampak Keberadaan Ojek Online terhadap Eksistensi dan Kesejahteraan Pengemudi Ojek Konvensional di Purwokerto

Pada tanggal 14 Agustus 2024 telah melaksanakan seminar proposal dan dinyatakan **LULUS**, dengan perubahan proposal/ hasil proposal sebagaimana tercantum pada berita acara seminar.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagai syarat untuk melakukan riset penulisan skripsi.

Purwokerto, 14 Agustus 2024
Koord. Prodi Ekonomi Syariah

H. Sochimim, Lc., M.Si.
NIP. 19691009 200312 1 001

Lampiran 6: Surat Keterangan Lulus Ujian Komprehensif



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

SURAT KETERANGAN LULUS UJIAN KOMPREHENSIF
Nomor: 1253/Un.19/FEBI.J.ES/PP.009/9/2023

Yang bertanda tangan dibawah ini Koordinator Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa mahasiswa atas nama :

Nama : Insi Rifka Navita

NIM : 2017201277

Program Studi : Ekonomi Syariah

Pada tanggal 19 September 2024 telah melaksanakan ujian komprehensif dan dinyatakan **LULUS** dengan nilai **81 / A-**.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagai syarat untuk mendaftar ujian munaqasyah.

Purwokerto, 20 September 2024
Koord. Prodi Ekonomi Syariah



H. Sochimin, Lc., M.Si.
NIP. 19691009 200312 1 001

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Insi Rifka Navita
2. NIM : 2017201277
3. Tempat/Tgl. Lahir : Banyumas, 07 Januari 2003
4. Alamat Rumah : Pasir Wetan, Karanglewas, Banyumas
5. Nama Orang Tua
Nama Ayah : Slamet
Nama Ibu : Turjini

B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal
 - a) TK PKK Pasir Wetan
 - b) SD N Pasir Wetan
 - c) MTs Maarif NU 01 Purwokerto Barat
 - d) SMA Negeri 1 Baturraden
 - e) UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
2. Pendidikan Non Formal
 - a) Madrasah Salafiyyah Syafi'iyah Diniyyah Al-Ittihaad Pasir Wetan
 - b) Pondok Pesantren Nurul Iman Pasir Wetan
3. Pengalaman Organisasi
 - a) ROHIS SMA Negeri 1 Baturraden
 - b) IPNU-IPPNU Pasir Wetan

Purwokerto, 30 Desember 2024



Insi Rifka Navita