



Ojek Online dan Eksistensi Budaya Baru

Ahmad Dzikri Aljasiri

Universitas Jember

Fiki Febriananda

Universitas Jember

Muhammad Furqon

Universitas Jember

Korespondensi penulis: febrianandafiki2@gmail.com

Abstract. *Online motorcycle taxis are a type of job that is in great demand by people today. This is not without reason, with advances in science and technology that are increasingly sophisticated, of course, the types of jobs available are more numerous and varied, keeping pace with the times. In the online motorcycle taxi profession, solidarity is something that is really needed by a community or social group. Basically all societies, as in social groups, need what is called social solidarity, so that the community can continue to exist and survive as a place for coexistence and harmony among group members. This study aims to find out what forms of solidarity between online motorcycle taxi drivers themselves and the social reality regarding work as online motorcycle taxi drivers. In this Researcher's research, the approach that the Researchers are using is an ethnographic approach, because according to the Researchers this approach is an approach that is appropriate to the research subject to be studied. Ethnography focuses on groups that have the same culture and the same work, these groups are like this online motorcycle taxi community.*

Keywords: *Social Solidarity, Online Transportation, Society.*

Abstrak. Ojek online merupakan salah satu jenis pekerjaan yang cukup banyak diminati oleh masyarakat pada zaman sekarang. Hal ini bukan tanpa alasan, dengan kemajuan ilmu dan teknologi yang semakin canggih tentunya dapat membuat jenis pekerjaan yang ada semakin banyak dan beragam mengikuti perkembangan zaman. Di dalam profesi ojek online ini solidaritas adalah hal yang sangat dibutuhkan oleh suatu masyarakat atau kelompok sosial. Pada dasarnya semua masyarakat, seperti dalam kelompok sosial, memerlukan apa yang disebut solidaritas sosial, sehingga masyarakat tersebut bisa tetap eksis dan bertahan sebagai tempat terjadinya hidup berdampingan dan harmonis antar anggota kelompok. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apa saja bentuk dari solidaritas antar driver ojek online itu sendiri dan realita sosial mengenai pekerjaan sebagai ojek online. Pada penelitian Peneliti kali ini, pendekatan yang Peneliti pakai adalah pendekatan etnografis, karena menurut Peneliti pendekatan ini ialah pendekatan yang sesuai dengan subjek penelitian yang akan diteliti. Etnografi berfokus pada kelompok yang memiliki kebudayaan yang sama dan pekerjaan yang sama, kelompok tersebut seperti pada komunitas ojek online ini.

Kata Kunci: Solidaritas sosial, transportasi online, masyarakat.

LATAR BELAKANG

Selama ini telinga kita tentunya sudah tidak asing lagi dengan istilah ojek online. Pada dasarnya aplikasi satu ini telah hadir beberapa tahun yang lalu dengan membawa sejumlah inovasi di bidang teknologi. Aplikasi ini menawarkan sejumlah kemudahan akses di kehidupan sehari-hari, contohnya saja ketika malas untuk bepergian namun rasa lapar menyerang maka gofood adalah salah satu cara untuk mengatasinya.

Terlihat menarik bukan? Akan tetapi apakah hadirnya aplikasi satu ini tidak menyingkirkan realitas sosial yang telah lebih dahulu ada?. Hadirnya terobosan terbaru ini apakah hanya semata-mata untuk memudahkan kehidupan kita tanpa ada maksud tersembunyi lainnya?.

Ojek online memiliki sisi negatif dan juga positifnya masing-masing, akan tetapi pastinya keberadaannya sangat membantu kehidupan kita sehari-hari.

KAJIAN TEORITIS

Penelitian yang dilakukan oleh Minanda, Roslan, dan Anggraini mengenai perilaku konsumtif masyarakat di dalam belanja online menunjukkan adanya perubahan gaya hidup dikarenakan hal ini. Salah satu faktor yang berperan besar dalam meningkatnya belanja online ini adalah terkait voucher diskon dan gratis ongkir yang semakin menunjang perilaku konsumtif tersebut.

Adanya voucher-voucher tersebut tidak bisa dipungkiri bahwa ia adalah faktor eksternal yang meningkatkan euforia para pelaku belanja online.

Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Dalayah dan Patrikha mengklaim bahwa tingkat konsumtif mahasiswa semakin menjadi ketika belanja online tersebut telah menyentuh ranah lingkungannya dan ditambah dengan adanya voucher-voucher diskon yang memberikan potongan harga. Berdasarkan penelitian tersebut diperoleh data bahwa mahasiswa kebanyakan lebih mengutamakan keinginan (dalam hal ini gengsi) daripada kebutuhannya.

Kegiatan transaksi yang awalnya dilakukan secara face-to-face atau secara langsung kini berubah seketika teknologi semakin meluas dan berkembang.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang menggunakan metode etnografi, yakni untuk mengungkapkan pengalaman subjek penelitian berdasarkan komunitasnya. Penelitian ini berfokus pada hal-hal yang ingin diungkapkan, yakni tentang realitas baru dengan sebutan ojek online, yang kerap kali dicap sebagai upaya penyisihan terhadap ojek konvensional.

Waktu dan Tempat

Setting lokasi yang dijadikan fokus pada penelitian ini yakni berada pada pangkalan ojek online di sekitar jalan Jawa 7, Sumpalsari, Krajan Timur, Jember. Penelitian dilakukan pada bulan November hingga Desember. Alasan pemilihan lokasi tersebut karena melihat dari segi geografisnya, ia merupakan lokasi strategis dengan kuantitas ojek online lebih banyak daripada pangkalan yang lain.

Target atau sasaran

Target dari penelitian ini adalah mengungkapkan adanya struktur solidaritas hingga melihat perubahan yang signifikan terjadi di kalangan masyarakat antara sebelum dan sesudah adanya ojek online ini.

Subjek penelitian

Penelitian ini melibatkan para pelaku ojek online. Tidak ada kriteria khusus dalam pemilihan subjek, karena semua pelaku telah berusia diatas 20 tahun, sehingga dirasa cakap dan mampu dalam memberikan informasi yang mendetail.

Instrumen dan teknik analisis data

Dalam penelitian ini terdapat 3 langkah yang digunakan untuk memperoleh data, yaitu observasi, wawancara, serta dokumentasi.

Observasi dilakukan untuk mencari fenomena yang dinilai unik sehingga mampu untuk dilakukan tahap selanjutnya, dalam hal ini langkah awal adalah dengan melakukan order dengan pelaku ojek online tersebut. Ketika fenomena sudah ditemukan maka langkah selanjutnya yaitu wawancara dengan subjek yang telah menjadi target dalam penelitian ini.

Wawancara adalah sebuah langkah yang digunakan untuk memperoleh data dengan cara berbicara secara langsung dengan informan. Adapun wawancara ini dilakukan secara bergantian dengan mengusung topik yang telah ditentukan.

Langkah terakhir yaitu dokumentasi. Dokumentasi ini berupa foto serta rekaman pada saat melakukan wawancara dengan informan. Dokumentasi menjadi bagian penting karena kegunaan selanjutnya sebagai sarana transkrip untuk penelitian serta menjadi bukti valid akan adanya penelitian tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Eksistensi perusahaan pelayanan transportasi berbasis aplikasi telah menjadi masalah ekonomi yang mengganggu bagi perusahaan transportasi berbasis konvensional. Terdapat beberapa nama seperti Gojek, Grab, Uber dan lain sebagainya yang menjadi transportasi umum berbasis aplikasi melalui jaringan internet (Online). Pada akhir tahun 2015, merupakan awal mula banyaknya transportasi online berbasis aplikasi yang ditandai dengan terjadinya lonjakan perusahaan pelayanan berbasis aplikasi di ibu kota dan sekitarnya. Perusahaan ojek online yang didirikan saat itu antara lain Blu-Jek, Syari Ojek, LadyJek, Topjek, Kampung Ojek, dan Argo Ojek serta masih banyak lagi.

Munculnya banyak perusahaan transportasi berbasis aplikasi ini tidak lepas dari kesuksesan Gojek itu sendiri sebagai penyedia layanan transportasi online pada tahun 2014. Pertumbuhan perusahaan pelayanan berbasis aplikasi ini mendorong pula peningkatan dari jumlah “mitra” yang diajak bekerja sama. Para mitra ini disebut ojek online (ojol) dan mereka dapat menikmati kebebasan, terutama pada jam kerja. Mitra yang tergabung tersebut bebas memilih pekerjaan kapan saja dan menentukan apakah pekerjaan itu sebagai pekerjaan sampingan atau pekerjaan utama. Hal ini sejalan dengan fakta di lapangan setelah Peneliti mewawancarai beberapa orang bahwasannya mayoritas atau kebanyakan dari driver ojek online memilih pekerjaan ini sebagai pekerjaan sampingan atau pekerjaan tetap mereka dikarenakan mereka dapat menentukan kapan waktu untuk bekerja, istirahat, dan pulang tanpa harus ditentukan oleh perusahaan terkait hal itu. Namun di balik kebebasan tersebut terdapat kenyataan bahwa jika salah satu “mitra” ini tidak bekerja, baik karena sakit, kecelakaan, atau karena alasan lain, maka “mitra” tersebut tidak memperoleh penghasilan.

Dengan demikian, hal tersebut sejalan dengan fakta yang terjadi di lapangan karena Peneliti sebelumnya telah melakukan wawancara dengan salah satu driver ojek online bernama bapak Muslim. Informan merupakan driver ojek online yang Peneliti temui tepatnya di depan Wisma Universitas Jember Jalan Kalimantan 37, sumpangsari, Jember saat beliau sedang duduk santai dan berbincang dengan orang yang ada disekitarnya serta menunggu orderan masuk dari

customer. Beliau menjelaskan alasan memilih pekerjaan sebagai driver ojek online, dalam penjelasannya beliau selalu menekankan dan menegaskan kepada Peneliti bahwa pekerjaan driver ojek online ini sangat fleksibel baik dari segitu waktu, istirahat, dan pendapatan, serta yang paling penting menurut beliau adalah tidak terikat dengan perusahaan, di mana jenis pekerjaan yang terikat tersebut beliau kurang menyukainya. Itu sebabnya mengapa informan memilih ojek online ini sebagai pekerjaan utamanya dalam mencari nafkah untuk keluarganya.

Terdapat tiga kriteria dasar tentang transportasi publik yang baik seperti, kenyamanan, keamanan, dan kecepatan serta ketepatan. Pertama, Kenyamanan, pada aspek ini penumpang dapat merasakan faktor kenyamanan jika terdapat fasilitas seperti AC dan kabin yang tertutup dari asap polusi kendaraan bermotor. Kedua, Keamanan, pada aspek keamanan penumpang harus naik dan berangkat melalui sistem keamanan di terminal atau halte bus yang telah ditentukan. Ketiga, Kecepatan, pada aspek ini contohnya seperti pada kereta api dengan jalur khusus yang memungkinkannya tiba di tempat tujuan dengan cepat dan tepat waktu.

Teori yang dipakai dalam hal ini adalah teori kritis oleh Jean Baudrillard. Dalam hal konsumsi menurut Baudrillard manusia tidak hanya mengonsumsi barang, akan tetapi jasa antar manusia juga. Dalam hal ini sejalan dengan konsep ojek online yang menawarkan penjualan di bidang jasa. Logika sosial konsumsi menurut Baudrillard sama dengan logika pemuja jimat, sebagaimana menurutnya dalam kutipannya yaitu :

“this fetishistic logic is, strictly, the ideology of consumption”.

Bahwa inilah logika pemuja jimat sebagai ideologi konsumsi yang sebenarnya (Baudrillard, 1998). Baudrillard dalam *The Consumer Society* (1998 : 49) mengatakan bahwa pembahasan tentang kebutuhan sebelumnya didasarkan pada antropologi naif, bahwa kecenderungan alamiah manusia terhadap keberuntungan atau kebahagiaan (*le bonheur*) memiliki arti sepadan dengan keselamatan (*le salut*).

Tentang Gojek

Di zaman yang serba modern seperti sekarang ini, transportasi merupakan hal yang sangat penting untuk menunjang keberlangsungan kehidupan manusia, salah satu transportasi tersebut adalah ojek online (Gojek). Jenis transportasi ini merupakan suatu pekerjaan yang cukup banyak diminati oleh masyarakat pada zaman sekarang. Hal tersebut bukan tanpa alasan, karena dengan berkembangnya ilmu dan teknologi yang semakin pesat membuat jenis dan model transportasi pun mengalami perubahan, dari yang dulunya hanya bisa diakses langsung tanpa perantara, namun sekarang sudah banyak transportasi yang bisa diakses melalui aplikasi online seperti ojek online (Gojek) ini.

Perkembangan ojek online yang pesat juga tidak terhindar dari adanya pemasaran yang lebih luas jangkauannya jika dibandingkan ojek konvensional. Jika ojek konvensional terpaku hanya pada lokasi yang biasa ramai penumpang maka ojek online tidak perlu mendatangi lokasi-lokasi tersebut karena semuanya telah tersistem dalam satu rancangan aplikasi. Perkembangan ini tentunya tidak lepas dari kemajuan teknologi, yang telah hadir dalam kehidupan sehari-hari sehingga promosi saja bisa dilakukan tanpa bertatap muka sekalipun.

Dari pemasaran tersebut tidak akan pernah lepas dari yang namanya interaksi antara pemilik serta pengguna layanan aplikasi, akan tetapi interaksi yang terjadi tidak langsung seperti apa yang terjadi dalam kegiatan offline. Interaksi tersebut tersusun sedemikian rupa sehingga tercipta satu kesatuan yang saling membutuhkan, akan tetapi jika salah satu elemen lenyap maka elemen yang lain akan berusaha menjadi backingsan atau siap menggantikannya.

Realitas ojek online saat ini nyatanya telah memasuki daerah-daerah pedesaan yang konon katanya masih berdarah tradisional. Masyarakat yang mayoritas memilih ojek konvensional kini telah beralih ke layanan online yang dirasa lebih cepat dalam hal eksekusinya. Hal ini dirasa baik untuk kedepannya karena semua telah tersedia dalam satu gadget saja, akan tetapi di lain sisi hal ini menimbulkan sejumlah pro dan kontra yang dampaknya dapat dirasakan langsung oleh sebagian besar masyarakat di berbagai bidang.

Pertama, terdapat konflik adu mulut antara ojek konvensional dengan ojek online. Contohnya di daerah stasiun kereta api Jember. Para pelaku ojek konvensional melarang ojek online membawa penumpang yang baru saja tiba di stasiun tersebut dengan alasan "kalah" dalam mencari penghasilan.

Kedua, tingkat pemanasan global yang semakin meninggi. Kita tidak bisa menutup mata ketika kendaraan yang kita gunakan sehari-hari menimbulkan asap dan menyebabkan polusi udara, dan ketika hal itu terjadi secara tidak langsung peran gadget yang kita gunakan juga turut menyumbang angka global warming. Jadi bayangkan jika asap polusi udara berpadu dengan pemakaian gadget secara berlebihan.

Realitas sosial sebelum dan setelah kemunculan gojek

Perkembangan teknologi telah merambah kedalam berbagai bidang dalam kehidupan masyarakat. hal tersebut memiliki pengaruh besar bagi perilaku yang dilakukan oleh individu-individu dalam kelompok masyarakat. salah satu perkembangan teknologi yang memiliki pengaruh besar bagi kehidupan masyarakat, yaitu dengan adanya kemunculan Gojek. Gojek sendiri merupakan suatu inovasi yang dibuat dengan tujuan untuk mempermudah akses bagi masyarakat umum. Saat awal kemunculannya pada tahun 2010. Gojek memiliki jumlah mitra

dan pengguna jasa serta jangkauan yang masih sangat terbatas, tetapi pada saat ini Gojek tersebar luas di tiga negara dengan lebih dari dua juta driver. Namun, dengan adanya kemunculan Gojek beserta perkembangannya, tentunya hal tersebut dapat merubah pola hidup masyarakat baik bagi masyarakat umum maupun bagi mitra-mitra gojek. Realitas dan kenyataan merupakan suatu hal yang dapat terjadi dalam kehidupan masyarakat.

Sebelum gojek atau aplikasi jasa online yang lain ini muncul masyarakat kebanyakan menggunakan tenaganya sendiri untuk bepergian atau mendapatkan barang yang dikehendakinya. Kemajuan teknologi yang semakin pesat mendorong beberapa perubahan khususnya di bidang pelayanan dan jasa. Di tengah aktivitas manusia yang semakin padat didukung dengan adanya perkembangan yang semakin signifikan membuat segalanya terasa mudah untuk dijalani, dan tanpa sadar realitas yang dahulu terbentuk seketika terkikis secara perlahan.

Perubahan yang signifikan dapat dilihat dari pola hidup masyarakat yang awalnya selalu mengutamakan membeli apapun dengan cara bepergian sendiri menjadi menggantungkan diri terhadap segala jenis kemajuan di dalam gojek, belum lagi ditambah dengan sejumlah voucher yang disediakan oleh pihak Gojek. Perubahan itu nampak ketika banyak dijumpai komunitas gojek yang sedang mengantre di outlet makanan yang biasanya didatangi oleh konsumen secara langsung. Melalui hal tersebut dapat dijadikan sebagai indikator adanya perubahan tersebut. Perubahan tersebut tentunya terjadi secara massif karena perkembangan yang terjadi khususnya dalam bidang teknologi, yaitu Gojek. Oleh karena itu, hal tersebut menjadikan masyarakat menjadi lebih konsumtif karena adanya voucher yang diberikan oleh pihak Gojek. Masyarakat cenderung lebih tertarik untuk lebih banyak membeli karena voucher-voucher tersebut.

Karena dengan adanya promo dari voucher-voucher tersebut membuat masyarakat lebih cenderung membelanjakan uangnya untuk membeli makanan ataupun minuman yang ada di aplikasi Gojek tersebut.

Perkembangan Gojek telah memberikan pengaruh besar terhadap realitas sosial yang terjadi. Realitas-realitas tersebut seperti:

1. Konflik sosial antara penyedia jasa transportasi konvensional dengan pengemudi Gojek.

Konflik yang terjadi di antara Pengemudi Gojek dengan Penyedia jasa transportasi konvensional pernah terjadi di sebuah stasiun. Para penyedia jasa transportasi konvensional menganggap bahwa adanya kemunculan Gojek membuat mereka tersaingi. Pengemudi

Gojek dapat dikatakan mengalami konflik berupa teror yang dilakukan oleh penyedia jasa transportasi konvensional. Namun, dengan adanya teror tersebut menjadikan kelompok Pengemudi Gojek semakin kokoh dengan adanya solidaritas yang terjadi. Para pengemudi Gojek biasanya akan mengambil atau menjemput penumpang secara bersama-sama. Hal tersebut tentunya mencerminkan adanya solidaritas sosial para pengemudi Gojek.

2. Adaptif terhadap perkembangan teknologi

Kemunculan Gojek sebagai salah satu penyedia jasa di bidang teknologi transportasi tentunya mengharuskan penggunanya mengerti mengenai teknologi khususnya teknologi peta dan teknologi pada aplikasi Gojek sendiri. Para pengemudi Gojek setidaknya harus mempelajari kedua teknologi aplikasi tersebut untuk memudahkan pekerjaan sebagai driver Gojek. Realitas ini muncul setelah kemunculan Gojek sebagai perusahaan yang berbasis teknologi pada bidang transportasi. Realitas ini muncul karena adanya perkembangan tersebut. Jika sebelumnya mereka tidak adaptif karena tidak ada kepentingan, tetapi setelah kemunculan Gojek mereka berusaha untuk beradaptasi.

3. Meningkatnya Solidaritas Sosial antar pengemudi Gojek

Keberadaan Gojek bagi para pengemudinya telah membentuk suatu kelompok sosial tersendiri. Kelompok sosial tersebut terjalin karena adanya kesamaan profesi. Kesamaan profesi yang terbentuk menjadi sebuah kelompok sosial tersebut bersifat horizontal karena tidak didasari oleh standar ekonomi antar anggota. Anggota yang tergabung dengan kelompok tersebut atau para pengemudi Gojek, biasanya akan memberikan sinyal atau simbol berupa klakson kepada pengemudi Gojek lainnya sebagai bentuk sapaan. Hal tersebut merupakan salah satu bentuk solidaritas yang terjadi di antara mereka. Selain itu, sapaan yang dilakukan oleh para pengemudi Gojek tersebut memiliki sebutan khusus, yaitu "salam satu aspal." Namun, solidaritas yang terbentuk di antara pengemudi Gojek berpotensi terhadap kemunculan konflik. Biasanya, kemunculan konflik tersebut karena penyebaran informasi yang salah di antara mereka.

KESIMPULAN DAN SARAN

Keberadaan transportasi online yang berkembang beberapa waktu belakangan telah memunculkan sebuah rivalitas antar sesama akomodasi dan juga realitas-realitas baru. Hal tersebut terjadi karena adanya perkembangan yang memaksa mereka untuk beradaptasi dengan lingkungan sekitarnya. Hal tersebut dilakukan tentunya karena alasan-alasan yang mereka miliki. Transportasi ojek online telah menjadi gaya hidup baik bagi pengemudi ojek online,

pengguna jasa ojek online atau pesaing ojek online. Hal tersebut terjadi karena adanya perubahan yang tidak bisa ditolak oleh mereka. Selain itu, mereka memiliki kepentingan masing-masing yang saling berdampak satu sama lain..

DAFTAR REFERENSI

Junior, M.S., 2017. *Fungsionalitas Konflik Gojek: Studi Fenomenologi Terhadap Konflik Pengemudi Gojek di Kota Kediri*. Jurnal Analisa Sosiologi, 6(1).

Yunus, M., 2017. *Go-Jek Sebagai Simbol Perubahan Sosial dan Ekonomi di Kota Tegal*. Jurnal Ilmiah Pendidikan Ekonomi, 2(2), pp.59-68.

Anggraeni, D., 2017. *Konflik Transportasi Ojek Pangkalan dan Ojek Online di Bandung (Studi Analisis Tentang Identitas Budaya, Manajemen Konflik, dan Teknologi)*. Communicare: Journal of Communication Studies, 4(2), pp.41-56.

Mulyono, J. and Arifin, E.B., 2009. *Model Pengentasan Kemiskinan di Kabupaten Situbondo Propinsi Jawa Timur*.

Kurniasih, A. and Ganefo, A., *Pertukaran Sosial pada Home Industri Tahu di Desa Patemon Social Exchange at Tofu Home Industry in Patemon Village*.

Akbar, F.R. and Jannah, R., 2019. *Mitos maskulinitas dalam iklan L'Men Gain Mass*. Jurnal Entitas Sosiologi, 8(2), pp.1-

