

STRATEGI ADAPTASI OJEK PANGKALAN DALAM MEMPERTAHANKAN PELANGGAN DITENGAH MARAKNYA TRANSPORTASI ONLINE DI KELURAHAN TANGANAPADA KOTA BAUBAU

¹Jabar, ²La Parasit

¹ ²Program Studi Sosiologi Universitas Dayanu Ikhsanuddin,

¹ jabarbutuni@gmail.com, ² rasit.sospol@gmail.com

ABSTRACT

This study examines how traditional motorcycle transportation drivers (ojek pangkalan) in Tanganapada, Baubau City, strive to retain their customers amidst the surge of online transportation services. Technological advancements and the emergence of app-based services such as Maxim and Kururio have presented significant challenges to ojek pangkalan, which was previously the primary choice for the local community. Through interviews and direct observations, this research identifies several key strategies employed by ojek pangkalan to remain competitive. These strategies include extending working hours, expanding networks by sharing contact numbers and social media profiles, and adjusting fares to match those of online services. Factors such as shifting customer preferences, competition with online transportation, and rising fuel costs also influence their strategies. The findings indicate that despite facing substantial pressure from online services and high operational costs, ojek pangkalan continue to adapt and strive to maintain their customer base through flexible approaches. This study provides valuable insights into how traditional motorcycle taxi services can adapt to market changes and remain relevant in the digital era.

Keywords : *Traditional Motorcycle Transportation, Online Transportation, Adaptive Strategies.*

ABSTRAK

Penelitian ini membahas bagaimana tukang ojek pangkalan di Kelurahan Tanganapada, Kota Baubau, berusaha mempertahankan pelanggan mereka di tengah maraknya transportasi online. Perubahan teknologi dan kemunculan layanan berbasis aplikasi seperti Maxim dan Kururio telah membawa tantangan besar bagi ojek pangkalan yang sebelumnya menjadi pilihan utama masyarakat. Melalui wawancara dan observasi langsung, penelitian ini menemukan bahwa tukang ojek pangkalan menerapkan beberapa strategi penting untuk tetap bersaing. Mereka memperpanjang jam kerja, memperluas jaringan dengan membagikan nomor kontak dan media sosial, serta menyesuaikan tarif agar lebih kompetitif dengan layanan online. Faktor seperti perubahan preferensi pelanggan, persaingan dengan transportasi online, dan kenaikan harga bahan bakar juga mempengaruhi strategi mereka. Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa meskipun ojek pangkalan menghadapi tekanan berat dari layanan online dan biaya operasional yang tinggi, mereka tetap berusaha untuk mempertahankan pelanggan melalui pendekatan yang adaptif. Penelitian ini memberikan wawasan berharga tentang bagaimana ojek pangkalan dapat beradaptasi dengan perubahan pasar dan tetap relevan di era digital.

Kata Kunci : *Ojek Pangkalan, Transportasi Online, Strategi Adaptasi*

PENDAHULUAN

Teknologi yang semakin maju telah mengubah banyak hal dalam kehidupan sehari-hari, termasuk dalam hal transportasi. Di Indonesia, khususnya di kota seperti Baubau, masyarakat sekarang punya dua opsi utama untuk bepergian yakni ojek pangkalan dan transportasi berbasis aplikasi online. Ojek pangkalan yang sudah ada eksis di kota Baubau, dulunya menjadi pilihan utama bagi penduduk. Namun, sejak munculnya layanan transportasi online seperti *Maxim* dan *Kururio*, preferensi masyarakat mulai berubah karena layanan ini lebih mudah diakses dan sering kali biayanya lebih jelas dan transparan.

Data penelitian (Arla et al., 2022) terkait dengan distribusi penggunaan moda transportasi antara konvensional dan online berdasarkan jenis kelamin di Kota Baubau. Pada kelompok pengguna konvensional, persentase laki-laki adalah 45,94%, sedangkan perempuan menyumbang 38,33% (Arla et al., 2022). Sebaliknya, pada kelompok pengguna online persentase laki-laki meningkat menjadi 54,06%, sementara persentase perempuan menjadi 61,67% (Arla et al., 2022).

Perbedaan ini mengindikasikan bahwa taksi online lebih populer di kalangan kedua jenis kelamin dibandingkan taksi konvensional. Preferensi ini dapat dijelaskan oleh kemudahan akses yang ditawarkan oleh aplikasi taksi online, yang memungkinkan pengguna untuk mendapatkan layanan dengan lebih cepat dan mudah (Arla et al., 2022).

Dengan semakin banyaknya pengguna transportasi online, persaingan dengan ojek pangkalan makin terasa. Tukang ojek konvensional yang masih menggunakan cara lama seperti menunggu penumpang di pangkalan atau berkeliling mencari penumpang, kini saling bersaing. Kenaikan harga BBM juga memperberat beban mereka, membuat tarif menjadi lebih mahal dan kurang kompetitif dibandingkan transportasi online, yang lebih praktis karena bisa dipesan langsung lewat aplikasi tanpa harus menunggu di lokasi tertentu.

Meski perkembangan teknologi dan perubahan preferensi masyarakat menantang keberadaan mereka, ojek pangkalan masih menjadi pilihan penting bagi masyarakat di Kota Baubau, khususnya di daerah-daerah yang belum terlayani dengan baik oleh transportasi online.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi dan menganalisis strategi yang digunakan oleh ojek pangkalan di Kelurahan Tanganapada, Kota Baubau, dalam mempertahankan pelanggan mereka di tengah maraknya transportasi online. Penelitian ini juga bertujuan untuk memahami dampak kehadiran transportasi berbasis aplikasi terhadap jumlah penumpang ojek pangkalan, serta mengkaji berbagai faktor yang mempengaruhi pilihan masyarakat antara ojek konvensional dan transportasi online. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai adaptasi ojek pangkalan dalam menghadapi tantangan era digitalisasi transportasi.

Berbagai penelitian sebelumnya telah membahas dampak kemunculan transportasi online terhadap sektor transportasi konvensional, terutama ojek. Penelitian oleh Merdiana Ferdila (Ferdila & Anwar, 2021) bertujuan untuk menganalisis pengaruh ojek online terhadap pendapatan ojek konvensional. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif melalui wawancara dan observasi dengan pengemudi ojek di Kota Jambi untuk mengevaluasi dampak persaingan yang muncul. Penulis menggunakan teori transportasi dan persaingan bisnis, serta faktor seperti kemudahan akses, transparansi harga, dan fleksibilitas layanan untuk menjelaskan mengapa masyarakat lebih memilih ojek online. Temuan menunjukkan bahwa ojek online berdampak negatif pada pendapatan ojek konvensional, dengan penurunan hingga 30%, karena ketidakmampuan ojek konvensional bersaing dalam aspek teknologi dan inovasi. Artikel ini menonjol karena memberikan wawasan mendalam tentang permasalahan ini, namun dapat ditingkatkan dengan melibatkan lebih banyak partisipan atau wilayah penelitian lain serta memasukkan analisis kuantitatif (Ferdila & Anwar, 2021).

Penelitian oleh (Purwanto et al., 2018) membahas bagaimana ojek pangkalan di Semarang mampu bertahan meskipun dihadapkan pada persaingan dari layanan transportasi berbasis teknologi seperti Go-Jek dan Grab. Ditemukan bahwa pelanggan utama ojek pangkalan terdiri dari ibu rumah tangga, pekerja yang tinggal dekat tempat kerja, serta pelajar yang tidak memiliki akses kendaraan pribadi (Purwanto et al., 2018). Para pengemudi ojek pangkalan menggunakan strategi seperti meningkatkan pelayanan, menawarkan pemesanan melalui SMS, dan menjaga hubungan personal dengan pelanggan untuk tetap bertahan. Selain itu, faktor sosial dan budaya, seperti solidaritas dan rasa kekeluargaan di antara pengemudi, turut berperan dalam mempertahankan eksistensi ojek pangkalan (Purwanto et al., 2018). Meskipun teknologi berbasis aplikasi menawarkan kenyamanan dan transparansi harga, ojek pangkalan masih memiliki daya tarik bagi pelanggan yang menghargai hubungan personal dan fleksibilitas.

Penelitian ini berfokus pada strategi bertahan yang digunakan oleh pengemudi ojek pangkalan di Kelurahan Tanganapada, Kota Baubau, dalam menghadapi persaingan dengan layanan transportasi online seperti Maxim dan Kururio. Kelurahan Tanganapada dipilih sebagai lokasi penelitian karena keberadaan ojek pangkalan yang masih aktif di wilayah ini, meskipun dihadapkan pada tantangan dari transportasi online yang menawarkan kenyamanan dan kemudahan pemesanan. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi strategi-strategi khusus yang diterapkan oleh para pengemudi ojek pangkalan di Kelurahan Tanganapada untuk mempertahankan pelanggan mereka.

Dari gambaran-gambaran fenomenologis yang didapatkan kelak dalam penelitian, dijelaskan dengan teori Pertukaran Sosial dari konsep *George C. Homans*.

Teori pertukaran sosial yang dikembangkan oleh *George C. Homans* adalah sebuah pendekatan dalam sosiologi yang melihat interaksi sosial sebagai sebuah proses pertukaran timbal balik, di mana individu bertukar barang atau jasa dengan imbalan berupa penghargaan atau hukuman (*Homans, 2009*). Konsep ini pertama kali diperkenalkan dalam esainya yang terkenal, "*Social Behavior as Exchange*" pada tahun 1958 (*Muldoon et al., 2018*), dan kemudian dikembangkan lebih lanjut dalam bukunya yang berjudul "*Social Behavior: Its Elementary Forms*" pada tahun 1961 (*Treviño, 2007*). *Homans* menggabungkan prinsip-prinsip dari psikologi perilaku, terutama teori reinforcement dari *B.F. Skinner*, serta teori ekonomi mikro untuk menjelaskan perilaku sosial pada level individu atau kelompok kecil (*Cook & Gerbasi, 2007*).

Dalam teorinya, *Homans* menyusun lima proposisi utama untuk menjelaskan bagaimana perilaku sosial terbentuk melalui prinsip penghargaan dan *punishment*, antara lain (*Molm, 2007*):

- I. *Proposisi sukses* menyatakan bahwa jika suatu tindakan di masa lalu menghasilkan penghargaan dalam situasi tertentu, maka besar kemungkinan tindakan tersebut akan diulangi dalam situasi yang serupa di masa mendatang.
- II. *Proposisi stimulus* menjelaskan bahwa semakin sering seseorang menerima penghargaan dari tindakan orang lain, semakin sering akan mengulang tindakan tersebut.

- III. Proposisi nilai menunjukkan bahwa semakin besar nilai dari suatu tindakan bagi seseorang, semakin sering tindakan yang menghasilkan penghargaan tersebut akan dilakukan.
- IV. Proposisi *deprivasi-satiation* menyatakan bahwa jika seseorang menerima penghargaan terlalu sering dalam waktu singkat, nilai dari penghargaan tersebut akan menurun.
- V. Proposisi *agresi-approval* menjelaskan bahwa jika seseorang merasa ketidakadilan dalam pertukaran yang terjadi, maka akan muncul reaksi emosional seperti kemarahan.
- VI. "Rule of Distributive Justice," yang menyatakan bahwa individu dalam hubungan pertukaran mengharapkan agar penghargaan dan biaya yang mereka terima seimbang, sesuai dengan prinsip keadilan. Teori ini menekankan pentingnya timbal balik dalam interaksi sosial, di mana setiap individu mengevaluasi interaksi mereka berdasarkan penghargaan dan biaya yang diterima, serta berharap adanya kesetaraan dalam pertukaran tersebut. Proposisi-proposisi Homans menggambarkan bagaimana perilaku seseorang dipengaruhi oleh frekuensi, nilai, dan perasaan keadilan terkait penghargaan yang diterima dalam interaksi sosial (Treviño, 2007).

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan tujuan memahami fenomena yang dialami oleh subjek penelitian (Sugiyono, 2019), seperti perilaku dan strategi tukang ojek pangkalan di Kelurahan Tanganapada, Kota Baubau, dalam menghadapi persaingan dengan

transportasi online. Penelitian ini dilakukan di Kelurahan Tanganapada karena wilayah ini memiliki banyak tukang ojek pangkalan dan transportasi online yang aktif setiap harinya. Fokus penelitian adalah memahami strategi ojek pangkalan dalam mempertahankan pelanggan. Pengumpulan data dilakukan melalui data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara dan observasi langsung terhadap tukang ojek pangkalan, pelaku transportasi online, serta pengguna jasa mereka. Data sekunder dikumpulkan dari dokumen-dokumen resmi yang relevan dengan penelitian. Informan yang dipilih meliputi tukang ojek pangkalan, pelaku transportasi online, pengguna jasa, dan pihak pemerintah Kelurahan, dengan total 10 informan.

PEMBAHASAN

Strategi Tukang Ojek Pangkalan Dalam Mempertahankan Pelanggannya Ditengah Maraknya Transportasi Online

Ojek merupakan salah satu jasa transportasi yang masih diminati sebagian masyarakat hingga saat ini. Namun dengan perkembangan zaman, ojek mulai mengalami perubahan mengikuti dengan perkembangan teknologi internet yaitu dengan sistem online misalnya jasa transportasi online seperti Grep, Kururio, dan Maxim yang sudah mulai berkembang di Kota Baubau. Hal ini cukup mempengaruhi pola usaha para tukang ojek pangkalan di kelurahan Tanganapada Kota Baubau. Dengan adanya jasa transportasi online sekarang ini tentu juga akan mempengaruhi pendapatan tukang ojek pangkalan untuk itu diperlukan strategi oleh tukang ojek pangkalan antara lain seperti: 1) Memperpanjang jam kerja; 2) Memperluas relasi/jaringan; 3) Menyesuaikan tarif.

1) Memperpanjang Jam Kerja

Penelitian yang dilakukan di Kelurahan Tanganapada menunjukkan perubahan besar pada jam kerja dan pendapatan para tukang ojek pangkalan setelah hadirnya transportasi online. Sebelum kehadiran aplikasi seperti Maxim dan Kururio, para pengemudi ojek pangkalan biasanya bekerja selama 8 hingga 10 jam setiap hari, dimulai sekitar pukul 7 atau 8 pagi hingga 5 sore (Hedi, 2023).

Dalam waktu itu, mereka mampu mendapatkan lebih dari 10 penumpang. Namun, dengan semakin populernya transportasi online, mereka terpaksa memperpanjang jam kerjanya hingga 12 sampai 14 jam sehari, dengan operasional yang kini berlangsung hingga malam, yaitu pukul 12 malam demi bisa tetap bersaing dan mendapatkan penumpang (Hedi, 2023).

Dari segi penghasilan, sebelum munculnya transportasi online, para pengemudi bisa meraup antara Rp150.000 hingga Rp200.000 setiap hari. Namun, setelah aplikasi transportasi online mulai digunakan luas, penghasilan mereka merosot tajam, berkisar antara Rp50.000 hingga Rp100.000 (Dasrun et al.).

Meski jam kerja mereka tetap sama, beberapa pengemudi akhirnya memperpanjang jam kerja demi mendekati penghasilan yang sama seperti sebelumnya, meskipun ini berarti mereka harus bekerja lebih keras, termasuk berkeliling mencari penumpang ketika pangkalan sepi.

Peneliti mewawancarai secara singkat pengguna jasa ojek non-online di pangkalan ojek dengan kategori profesi dan jam penggunaan kebutuhan ojek.

No.	Profesi	Jam Penggunaan Ojek	Jumlah		
			Jenis Kelamin		
			L	P	L + P
1	Mahasiswa Kelas Malam	Jam 7 dan jam 10 Malam	0	1	1
2	Pedagang Kaki Lima	Jam 10 Malam	1	1	2
3	Ibu Rumah Tangga	Jam 8 Pagi	0	2	2
4	Pegawai Kantor	Jam 8 Pagi	1	0	1
5	Mahasiswa Reguler	Jam 8 Pagi dan 4 Sore	1	1	2
6	Buruh	Jam 3 Sore	0	2	2

Tabel 1 : Pengguna Jasa Ojek Pangkalan Kelurahan Tanganapada
(Sumber : Wawancara Peneliti)

Hasil wawancara dengan pengguna jasa ojek non-online di pangkalan Kelurahan Tanganapada mengungkapkan bahwa berbagai profesi menggunakan ojek pada waktu-waktu tertentu sesuai dengan kebutuhan mereka. Mahasiswa Kelas Malam yang menggunakan ojek pada jam 7 dan 10 malam tercatat memiliki 1 pelanggan wanita (Usia, 2023). Pedagang Kaki Lima yang menggunakan ojek pada jam 10 malam memiliki total 2 pelanggan, terdiri dari 1 pria dan 1 wanita (Wahid & Juwita, 2023). Ibu Rumah Tangga, yang menggunakan ojek pada jam 8 pagi, memiliki 2 pelanggan wanita (Lisa & Mariana, 2023). Pegawai Kantor, yang menggunakan ojek pada jam 8 pagi, tercatat memiliki 1 pelanggan pria (Amrin, 2023). Mahasiswa Reguler, yang memanfaatkan ojek pada jam 8 pagi dan 4 sore, memiliki 2 pelanggan dengan 1 pria dan 1 wanita (Ramadani & Ramla, 2023). Buruh yang menggunakan ojek pada jam 3 sore, memiliki 2 pelanggan wanita (Trifta & wahyunigsih, 2023).

Dalam wawancara yang dilakukan dengan pengguna jasa ojek di Kelurahan Tanganapada, ditemukan bahwa narasumber merupakan warga setempat yang rutin memanfaatkan layanan ojek pangkalan. Mereka menggunakan jasa ojek baik dengan langsung datang ke pangkalan yang terletak di wilayah tersebut maupun dengan menghubungi pengemudi ojek melalui kontak yang tersedia. Selain itu rata-rata mereka sudah mengenal para pekerja ojek tersebut.

No	Profesi	Jam Penggunaan Ojek	Inisial Nama	Usia	Jenis Kelamin	L/P	Jumlah
1	Mahasiswa Kelas Malam	Jam 7 dan jam 10 Malam	NU	21	Perempuan	P	1
2	Pedagang Kaki Lima	Jam 10 Malam	AW	44	Laki-laki	L	2
			EJ	40	Perempuan	P	
3	Ibu Rumah Tangga	Jam 8 Pagi	LI	39	Perempuan	P	2
			SM	55	Perempuan	P	
4	Pegawai Kantor	Jam 8 Pagi	AM	53	Laki-laki	L	1
5	Mahasiswa Reguler	Jam 8 Pagi dan 4 Sore	AR	21	Laki-laki	L	2
			RA	21	Perempuan	P	
6	Buruh	Jam 3 Sore	ET	27	Perempuan	P	2

Tabel 2 : Pengguna Jasa Ojek Pangkalan Kelurahan Tanganapada
(Sumber : Wawancara Peneliti)

Data dari wawancara menunjukkan bahwa pangkalan ojek di Kelurahan Tanganapada kini mulai menawarkan layanan di malam hari. Sebelumnya, ojek pangkalan umumnya beroperasi pada jam-jam pagi dan sore. Namun, tampaknya mereka telah menyesuaikan jadwal mereka untuk melayani pelanggan yang membutuhkan transportasi di malam hari juga. Misalnya, Mahasiswa Kelas Malam memanfaatkan ojek pada sekitar pukul 7 malam dan 10 malam, dengan tercatat satu pelanggan wanita pada jam-jam tersebut. Sementara itu, Pedagang Kaki Lima juga

menggunakan ojek pada jam 10 malam, dengan dua pelanggan yang terdiri dari 1 pria dan 1 wanita.

Perubahan ini menunjukkan bahwa pangkalan ojek tidak lagi terbatas pada jam-jam kerja tradisional. Mereka telah memperpanjang jam layanan mereka untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang beraktivitas di malam hari. Selain itu juga, pangkalan ojek merupakan tempat menunggu penumpang. Sehubungan dengan itu, pangkalan ojek menjadi akses sesuai dengan jangkauan para pelanggan sehingga, para penumpang tersebut merupakan orang-orang yang sudah mengetahui atau mengenal para ojek serta sering menjadi langganan tetap.

2. Memperluas Relasi

Para tukang ojek ini mengembangkan jaringan dan memperluas relasi mereka dengan cara aktif membagikan nomor kontak dan akun media sosial mereka kepada para penumpang. Tujuan dari strategi ini adalah untuk membangun basis pelanggan setia dan memastikan aliran penumpang yang stabil.

Dalam wawancara dengan beberapa narasumber, seperti Bapak Jon dan Bapak Dasrun, terungkap bahwa memperluas jaringan melalui pembagian nomor telepon dan berteman di media sosial adalah metode penting dalam menarik dan mempertahankan pelanggan. Bapak Jon menjelaskan bahwa membagikan nomor HP kepada penumpang adalah cara untuk memastikan pelanggan tetap menggunakan jasanya dan mengatasi penurunan jumlah penumpang. Bapak Dasrun menambahkan

bahwa cara ini membantu dalam memperoleh pelanggan baru dan mengatasi masa-masa sepi di pangkalan dengan mencari penumpang secara aktif.

3. Menyesuaikan Tarif

Tukang ojek pangkalan menyesuaikan tarif sebagai respons terhadap kompetisi yang ketat dari layanan transportasi online. Penyesuaian tarif ini merupakan strategi yang diterapkan untuk menarik dan mempertahankan pelanggan di tengah persaingan yang semakin intens dengan aplikasi ojek online seperti Kururio dan Maxim.

Berdasarkan wawancara dengan Bapak La Hedi, seorang tukang ojek pangkalan, dijelaskan bahwa sebelumnya ia mampu mengantar 10 hingga 20 penumpang per hari dengan tarif tertentu. Namun, saat ini, dengan adanya layanan ojek online yang menawarkan tarif lebih rendah, jumlah penumpang yang dilayani menurun menjadi hanya 5 hingga 9 penumpang per hari. Untuk tetap bersaing, Bapak La Hedi telah menyesuaikan tarifnya menjadi sekitar Rp80.000 hingga Rp100.000, agar setara dengan tarif yang ditawarkan oleh ojek online. Ini menunjukkan upaya tukang ojek pangkalan untuk menyeimbangkan biaya dan tetap menarik pelanggan.

Selain itu, keterangan dari Ibu Armi, seorang pengguna jasa ojek pangkalan, mengungkapkan bahwa tarif ojek pangkalan dan ojek online sebelumnya berbeda, dengan ojek pangkalan biasanya lebih mahal. Namun, seiring waktu, tarif ojek pangkalan kini telah menyesuaikan menjadi sama dengan tarif ojek online, yakni sekitar Rp10.000, yang

menunjukkan adanya penyesuaian tarif untuk mengikuti tren pasar dan menjaga loyalitas pelanggan.

Secara keseluruhan, penyesuaian tarif ini mencerminkan langkah strategis tukang ojek pangkalan untuk beradaptasi dengan dinamika pasar yang berubah dan mempertahankan pangsa pasar mereka di tengah persaingan yang ketat dari layanan transportasi online.

Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Strategi Tukang Ojek Pangkalan Dalam Mempertahankan Pelanggannya Ditengah Transportasi Online

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, faktor-faktor yang mempengaruhi strategi tukang ojek pangkalan ditengah maraknya transportasi online disebabkan oleh 3 faktor yaitu:

1. Faktor Penumpang

Substansi dari pembahasan tersebut menyoroti betapa krusialnya peran penumpang dalam strategi tukang ojek pangkalan untuk mempertahankan pendapatan mereka. Penumpang merupakan faktor utama yang mempengaruhi penghasilan tukang ojek, karena tanpa penumpang, mereka tidak akan memiliki sumber pendapatan.

Sebagai contoh, Bapak Mugris Nugraha, seorang pegawai pemerintah kelurahan, menjelaskan bahwa pendapatan tukang ojek pangkalan sangat bergantung pada jumlah penumpang yang mereka antar. Semakin banyak penumpang, semakin tinggi pendapatan yang dapat mereka peroleh. Namun, Bapak Mugris juga mengamati bahwa dalam beberapa bulan terakhir, tukang ojek mengalami penurunan

jumlah penumpang, yang berdampak pada penurunan pendapatan mereka.

Pernyataan Bapak Jon, seorang tukang ojek pangkalan, mencerminkan situasi serupa, di mana ia mengungkapkan bahwa jumlah penumpang yang ia terima telah menurun drastis, dengan hanya 5 hingga 7 penumpang per hari meskipun ia bekerja dari pagi hingga malam. Hal ini menunjukkan bahwa tukang ojek pangkalan berhadapan dengan tantangan dalam menarik pelanggan di tengah meningkatnya popularitas transportasi online.

Secara keseluruhan, pembahasan ini menegaskan bahwa penumpang memiliki peran sentral dalam ekosistem tukang ojek pangkalan. Hubungan antara tukang ojek dan penumpang adalah hubungan produsen-konsumen yang saling bergantung. Tanpa minat dan keinginan dari penumpang untuk menggunakan jasa ojek pangkalan, tukang ojek tidak akan bisa memperoleh pendapatan. Ini menunjukkan pentingnya strategi yang efektif untuk menarik dan mempertahankan pelanggan di pasar yang semakin kompetitif.

2. Faktor Trend Transportasi Online

Maraknya transportasi online menjadi salah satu faktor utama yang mempengaruhi strategi tukang ojek pangkalan di Kota Baubau, baik dalam hal pendapatan, keberlangsungan, maupun eksistensi mereka. Kehadiran aplikasi seperti Grab, Maxim, dan Kururio telah menciptakan tingkat persaingan yang signifikan. Menurut Bapak La Hedi, seorang tukang ojek pangkalan, kehadiran transportasi online telah mempersulit mereka untuk mendapatkan penumpang, karena banyak pelanggan lebih

memilih menggunakan aplikasi di ponsel mereka untuk memesan layanan ojek dibandingkan menunggu atau mencari ojek di pangkalan secara langsung. Hal ini menunjukkan bagaimana persaingan dari layanan transportasi berbasis aplikasi telah berdampak langsung pada metode operasional tukang ojek pangkalan, yang kini harus beradaptasi dengan kondisi pasar yang berubah.

Transportasi online seperti Grab, Maxim, dan Kururio memperkenalkan kemajuan dalam sektor transportasi dengan menyediakan kemudahan bagi penumpang melalui aplikasi yang dapat menginformasikan secara jelas tarif berdasarkan jarak tempuh. Bapak Armin, seorang pengemudi ojek online menggunakan aplikasi Maxim, menjelaskan bahwa meskipun ia melayani seluruh wilayah Kota Baubau, sebagian besar orderan datang dari area tertentu seperti Kehutanan dan Stadion. Dampak dari kemajuan teknologi ini tidak hanya memberikan kemudahan bagi pengguna, tetapi juga menciptakan tantangan bagi tukang ojek pangkalan. Masyarakat yang akrab dengan teknologi lebih cenderung memilih layanan online, sementara mereka yang tidak begitu bergantung pada ponsel cenderung tetap menggunakan ojek pangkalan. Dengan demikian, pergeseran preferensi ini menekankan pentingnya adaptasi dan strategi yang tepat bagi tukang ojek pangkalan untuk tetap relevan dan bersaing di tengah kemajuan teknologi transportasi.

3. Kenaikan Harga BBM

Kenaikan harga bahan bakar minyak (BBM) merupakan salah satu faktor krusial yang mempengaruhi strategi tukang ojek pangkalan di Kota Baubau. Kenaikan ini menimbulkan tantangan signifikan bagi para

tukang ojek pangkalan yang harus menyesuaikan tarif mereka untuk tetap dapat bersaing di pasar, terutama di tengah persaingan ketat dengan layanan transportasi online. Bapak Adri, seorang tukang ojek pangkalan, mengungkapkan bahwa kenaikan harga BBM telah mengurangi jumlah penumpang yang ia terima dan membuatnya kesulitan untuk bertahan dalam kondisi ekonomi yang semakin sulit, apalagi dengan adanya persaingan dari aplikasi seperti Kururio dan Grab. Sebagai tambahan, Bapak Jon menjelaskan bahwa biaya BBM yang meningkat secara langsung mempengaruhi pendapatannya. Sebelumnya, dengan biaya BBM sekitar Rp20.000, ia dapat mengisi penuh tangki motornya. Namun, saat ini, dengan biaya yang mencapai Rp30.000 hingga Rp40.000 untuk pengisian penuh, pendapatannya berkurang secara signifikan, yang berdampak langsung pada kemampuannya untuk mempertahankan operasional sehari-hari.

Dari hasil wawancara, jelas terlihat bahwa kenaikan harga BBM berdampak besar pada sektor transportasi, khususnya bagi tukang ojek pangkalan. Sebagai salah satu komponen utama dalam operasional mereka, biaya bahan bakar yang terus meningkat menggerus sebagian besar pendapatan mereka. Hal ini menambah beban finansial dan memaksa tukang ojek pangkalan untuk mencari strategi tambahan guna menyeimbangkan biaya operasional dan pendapatan, di tengah tekanan dari transportasi online yang semakin populer. Dengan demikian, kenaikan harga BBM menjadi faktor penentu yang mempengaruhi bagaimana tukang ojek pangkalan mengelola bisnis mereka, dan berperan penting dalam strategi mereka untuk tetap bertahan dalam pasar yang semakin kompetitif.

KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa tukang ojek pangkalan di Kelurahan Tanganapada, Kota Baubau, kini menghadapi berbagai tantangan besar akibat kemunculan layanan transportasi online, lonjakan harga BBM, dan pergeseran preferensi pelanggan. Untuk tetap bertahan, mereka telah melakukan beberapa penyesuaian penting, seperti memperpanjang jam kerja, memperluas jaringan relasi, dan menyesuaikan tarif agar lebih bersaing. Meskipun langkah-langkah ini cukup signifikan, tetap saja, kepraktisan dan kemudahan layanan transportasi online masih menjadi tantangan besar yang harus dihadapi. Faktor utama yang mempengaruhi strategi mereka adalah perubahan dalam kebiasaan penumpang dan persaingan dari aplikasi berbasis teknologi. Layanan transportasi online menawarkan kemudahan yang membuat banyak pelanggan beralih, sementara kenaikan harga BBM memperberat beban operasional tukang ojek pangkalan. Untuk tetap relevan dan mempertahankan pelanggan, tukang ojek pangkalan perlu terus menyesuaikan diri dengan kondisi pasar yang dinamis ini, dengan harapan dapat menemukan cara-cara baru yang lebih efektif dalam menghadapi persaingan dan mengatasi tantangan yang ada.

DAFTAR PUSTAKA

- Amrin. (2023). Strategi Adaptasi Ojek Pangkalan Dalam Mempertahankan Pelanggan Ditengah Maraknya Transportasi Online Di Kelurahan Tanganapada Kota Baubau. (Jabar, Interviewer) Wawancara Peneliti.
- Arla, B. Y., Efendi, A., & Hajia, M. C. (2022). Analisis Pemilihan Moda Transportasi Berbasis Online dan Konvensional di Kota Baubau. *SCEJ (Shell Civil Engineering Journal)*, 7(1).
- Cook, K. S., & Gerbasi, A. (2007). George C. Homans: History, Theory, and Method. In K. S. Cook, A. Gerbasi, & A. J. Treviño (Ed.), *Homans and Emerson on Power*. Routledge.
- Dasrun, Hedi, & Jon. (n.d.). Strategi Adaptasi Ojek Pangkalan Dalam Mempertahankan Pelanggan Ditengah Maraknya Transportasi Online Di Kelurahan Tanganapada Kota Baubau.
- Ferdila, M., & Anwar, K. (2021). Analisis Dampak Transportasi Ojek Online Terhadap Pendapatan Ojek Konvensional di Kota Jambi. *IJIEB: Indonesian Journal of Islamic Economics and Business*, 6(2).
- Hedi. (2023). Strategi Adaptasi Ojek Pangkalan Dalam Mempertahankan Pelanggan Ditengah Maraknya Transportasi Online Di Kelurahan Tanganapada Kota Baubau. (Jabar, Interviewer) Baubau: Wawancara Peneliti.
- Homans, G. C. (2009). The Research Act: A Theoretical Introduction to Sociological Methods. In N. K. Denzin (Ed.), *Contemporary Theory in Sociology*. Routledge.
- Lisa, & Mariana, S. (2023). Strategi Adaptasi Ojek Pangkalan Dalam Mempertahankan Pelanggan Ditengah Maraknya Transportasi Online Di Kelurahan Tanganapada Kota Baubau. (Jabar, Interviewer) Wawancara Peneliti.
- Molm, L. D. (2007). George C. Homans: History, Theory, and Method. In L. D. Molm, *Homans's Vision of Social Exchange*. Routledge.

- Muldoon, J., Liguori, E. W., Bendickson, J., & Bauman, A. (2018). Revisiting perspectives on George Homans: correcting misconceptions. *Journal of Management History*, 24(1).
- Purwanto, A. C., Luthfi, A., & Arsal, T. (2018). Eksistensi Ojek Pangkalan Dalam Perkembangan Transportasi Berbasis Informasi Dan Teknologi. *Solidarity*, 7(1).
- Ramadani, A., & Ramla. (2023). Strategi Adaptasi Ojek Pangkalan Dalam Mempertahankan Pelanggan Ditengah Maraknya Transportasi Online Di Kelurahan Tanganapada Kota Baubau. (Jabar, Interviewer) Wawancara Peneliti.
- Sugiyono. (2019). *Metodologi Penelitian Kualitatif Kuantitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Treviño, A. J. (2007). George C. Homans: History, Theory, and Method. In *Introduction: The Sentiments and Activities of George C. Homans*. Routledge.
- Trifta, E., & wahyuningsih, L. (2023). Strategi Adaptasi Ojek Pangkalan Dalam Mempertahankan Pelanggan Ditengah Maraknya Transportasi Online Di Kelurahan Tanganapada Kota Baubau. (Jabar, Interviewer) Baubau: Wawancara Peneliti.
- Usia, N. (2023). Strategi Adaptasi Ojek Pangkalan Dalam Mempertahankan Pelanggan Ditengah Maraknya Transportasi Online Di Kelurahan Tanganapada Kota Baubau. (Jabar, Interviewer) Baubau: Wawancara Peneliti.
- Wahid, A., & Juwita, E. (2023). Strategi Adaptasi Ojek Pangkalan Dalam Mempertahankan Pelanggan Ditengah Maraknya Transportasi Online Di Kelurahan Tanganapada Kota Baubau. (Jabar, Interviewer) Baubau: Wawancara Peneliti.