

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

Transportasi merupakan salah satu kegiatan yang telah menjadi rutinitas dikalangan masyarakat. Sebagaimana dijelaskan oleh Haryono dalam Ir. Winarna dan Teguh, Transportasi adalah perpindahan dari satu tempat ke tempat lain dengan menggunakan alat pengangkutan baik yang digerakkan oleh tenaga manusia, hewan (kuda, sapi, kerbau), atau mesin. Penggunaan alat transportasi menjadi salah satu hal yang penting untuk menunjang kehidupan manusia, maka dari itu transportasi digunakan oleh negara – negara di dunia. Pada awalnya untuk melakukan perpindahan dari satu tempat ke tempat lain hanya dapat dilakukan oleh orang yang memiliki alat transportasi. Maka dari itu, muncul sebuah peluang bagi individu maupun kelompok untuk memanfaatkan transportasi untuk memperoleh keuntungan. Kondisi tersebut memunculkan salah satu bentuk transportasi baru yang disebut dengan transportasi umum. Transportasi umum dimanfaatkan aktor – aktor tersebut untuk memperoleh keuntungan dengan sistim sewa sehingga orang yang tidak memiliki transportasi dapat berpindah dari satu tempat ke tempat lain.

Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki ketergantungan yang tinggi dengan transportasi baik transportasi pribadi dan transportasi umum. Transportasi umum yang digunakan di indonesia sangat beragam seperti, kendaraan

bermotor, kereta dan pesawat. Kendaraan bermotor merupakan kendaraan yang populer di kalangan masyarakat. Jenis kendaraan bermotor antara mobil, motor, dan bus. Kendaraan bermotor sangat populer di masyarakat karena memiliki keunggulan seperti lebih mudah digunakan dan harganya yang murah. Di Indonesia, kendaraan bermotor menjadi sebuah transportasi yang paling banyak digunakan oleh masyarakat. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik jumlah kendaraan bermotor di Indonesia mengalami lonjakan yang sangat tinggi. Terhitung dari setiap 10 tahunnya mengalami kenaikan yang signifikan yaitu sebesar 100 sampai 200 persen. Jumlah ini diperkirakan akan terus meningkat, maka dari itu dapat kita simpulkan bahwa penggunaan kendaraan bermotor di Indonesia sangat tinggi.

Tabel 1.1

Jumlah Kendaraan Bermotor di Indonesia

Jumlah Kendaraan Bermotor	Jumlah Kendaraan Bermotor (Unit)			Persentase	
	2000	2010	2018	2000 - 2010	2010 - 2018
Mobil Penumpang	3.038.913	8.891.041	16.440.987	192,57%	84,91%
Mobil Bis	666.280	2.250.109	2.538.182	237,71%	12,8%
Mobil Barang	1.707.134	4.687.789	7.778.544	174,6%	65,93%
Sepeda Motor	13.563.017	61.078.188	120.101.047	350,33%	96,63%
Jumlah	18.975.344	76.907.127	146.858.759	305,3%	90,95%

Sumber: Badan Pusat Statistik (2018)

Berdasarkan jumlah tersebut penggunaan kendaraan bermotor sebagai alat transportasi umum digunakan beberapa perusahaan untuk memperoleh keuntungan. Seiring berjalanya waktu, pemanfaatan transportasi untuk memperoleh keuntungan mengalami perkembangan.

Namun, terdapat salah satu transportasi umum yang tergolong unik di Indonesia yaitu Ojek. Ojek merupakan salah satu transportasi umum dengan menggunakan sepeda motor atau kendaraan beroda dua sebagai alat transportasi. Pada umumnya transportasi yang digunakan oleh negara di dunia adalah kendaraan bermotor beroda empat atau lebih karena dianggap memiliki tingkat keamanan yang tinggi bagi orang yang menggunakannya, Tetapi di Indonesia kendaraan beroda dua dimanfaatkan individu maupun kelompok sebagai alat untuk memperoleh keuntungan.

Di Indonesia, Ojek menjadi salah satu alat transportasi umum alternatif yang digunakan oleh masyarakat apabila kondisi jalan raya atau umum mengalami kepadatan dibandingkan dengan kendaraan roda empat.¹ Kondisi kepadatan di jalan protokol atau raya menjadi sebuah kendala yang seringkali dihadapi masyarakat khususnya di kota – kota besar. Maka dari itu, ojek dipandang sebagai transportasi umum yang lebih efisien. Cara kerja ojek pun terbilang cukup sederhana, pasalnya orang hanya membutuhkan satu unit kendaraan beroda dua untuk memperoleh pendapatan yang didapat dari sewa penumpang. Sewa penumpang didapatkan dengan

¹ Kiki. S dan Grendi. H. 2018, *Persaingan Antara Ojek Online dengan Ojek Konvensional di Stasiun Lempuyangan, Daerah Istimewa Yogyakarta*, Jurnal Sosilogi Pendidikan Humanis Vol 3, No 1, Hlm 31.

cara menunggu disebuah tempat seperti ruang publik yang dimana terdapat banyak orang. Tempat tersebut dikenal dengan pangkalan ojek. Pangkalan ojek merupakan sebuah tempat atau wadah dimana para pengendara ojek berkumpul untuk menunggu penumpang serta menjalankan aktivitas sehari – hari sebagai tukang ojek.² Maka dari itu, ojek menjadi profesi yang banyak ditekuni oleh masyarakat karena memerlukan modal yang sederhana.

Seiring perkembangan zaman, kemajuan teknologi pada transportasi telah berkembang dengan pesat sehingga muncul ide – ide untuk menggabungkan alat transportasi dengan teknologi sehingga muncul sebuah terobosan baru yang dikenal dengan transportasi online. Transportasi online merupakan sebuah terobosan baru yang dibuat oleh perusahaan yang bergerak di bidang transportasi. Transportasi online merupakan jasa layanan transportasi dengan menggunakan aplikasi sebagai media transaksi. Transportasi online sangat berkembang di Indonesia pasalnya, pangsa pasar jasa layanan transportasi di Indonesia sangat meningkat. Berdasarkan riset dari Google, Temasek dan Bain & Company, Indonesia merupakan negara yang memiliki pangsa pasar jasa layanan tertinggi di Asia Tenggara yaitu sebesar US\$ 5,7 miliar di tahun 2019 dan di proyeksikan mencapai US\$ 18 miliar pada 2025.

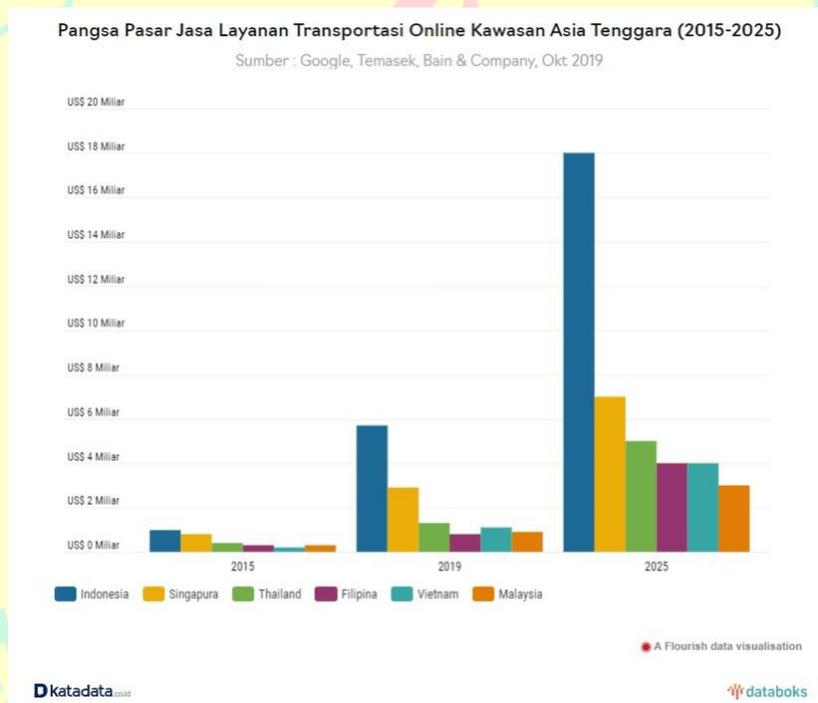
Terdapat beberapa perusahaan yang bergerak di sektor transportasi mulai memanfaatkan bisnis transportasi online di Indonesia. Berdasarkan peluang tersebut memunculkan sebuah ide yang diciptakan oleh beberapa perusahaan tersebut untuk

² Kiki. S dan Grendi. H. 2018. Op.Cit, Hlm. 31.

membuat sebuah transportasi online yang efisien sehingga muncul jenis transportasi online yang bernama ojek online.

Gambar 1.1

Pangsa Pasar Jasa Layanan Transportasi di Asia Tenggara



Sumber: Google, Temasek dan Bain & Company (2019)

Ojek online di Indonesia dikategorikan sebagai jenis transportasi kendaraan bermotor umum tidak dalam trayek. Kendaraan bermotor umum tidak dalam trayek adalah kendaraan umum bermotor yang berjenis roda dua atau lebih dan tidak memiliki rute serta tujuan perjalanan yang tetap. Menurut Peraturan Menteri Perhubungan Republik Indonesia dalam PM Nomor 108 Tahun 2017 kendaraan bermotor umum tidak dalam trayek adalah angkutan yang dilayani dengan mobil penumpang umum

atau mobil bus umum dalam wilayah perkotaan dan/atau kawasan tertentu atau dari suatu tempat ke tempatlain, mempunyai asal dan tujuan tetapi tidak mempunyai lintasan dan waktu tetap³. Peraturan Menteri (PM) Nomor 108 Tahun 2017 merupakan peraturan yang membahas tentang penyelenggaraan angkutan orang dengan kendaraan bermotor umum tidak dalam trayek, yakni angkutan dalam wilayah perkotaan dan/atau kawasan tertentu, atau dari suatu tempat ke tempatlain, mempunyai asal dan tujuan tetapi tidak mempunyai lintasan dan waktu tetap. Beberapa jenis angkutan yang termasuk dalam kategori di atas yaitu taksi, angkutan pariwisata, angkutan karyawan, angkutan sewa, angkutan permukiman, dan angkutan sewa khusus dengan penggunaan aplikasi berbasis teknologi informasi⁴. Oleh karena itu, kendaraan bermotor umum tidak dalam trayek merupakan kendaraan umum yang tidak memiliki jalur perjalanan dan waktu yang tetap dengan menggunakan teknologi informasi yaitu aplikasi sebagai alat untuk mengangkut orang yang dalam hal ini adalah masyarakat.

Ojek online termasuk dalam kategori kendaraan bermotor umum tidak dalam trayek yaitu angkutan sewa. Di Indonesia sendiri ojek online mulai menjadi sebuah fenomena di kalangan masyarakat sejak tahun 2015. Menurut data comScore per Desember 2017, tercatat sebanyak 15,73 juta orang menggunakan aplikasi transportasi

³ Peraturan Menteri Perhubungan Republik Indonesia, PM Nomor 108 Tahun 2017, dalam http://jdih.dephub.go.id/assets/uudocs/permen/2017/PM_108_TAHUN_2017.pdf, diakses pada hari Selasa 26 Maret 2019 pukul 20.19.

⁴ Biro Komunikasi dan Informasi Publik, 2017, *Mengenal Dan Memahami PM 108 Tahun 2017*, dalam <http://dephub.go.id/post/read/mengenal-dan-memahami-pm-108-tahun-2017>, diakses pada hari Selasa 26 Maret 2019 pada pukul 20.21.

online di ponsel *smartphone* mereka. Inovasi ojek online pertama kali diluncurkan oleh salah satu perusahaan yang bergerak di bidang transportasi yaitu Go-Jek dengan jangkauan awal yang hanya mencakup kota – kota besar di Indonesia⁶. Lalu di tahun yang sama, munculah sebuah jenis ojek online baru untuk menyaingi dominasi Go-Jek di Indonesia yang bernama Grab. Grab merupakan muncul dengan menghadirkan penawaran – penawaran baru bagi para konsumen berupa tarif promo, sehingga pengguna Grab meningkat dengan pesat⁷. Menurut Presidium Gabungan Aksi Roda Dua Indonesia Igun Wicaksono, jumlah proyeksi pengemudi ojek online di Indonesia saat ini berjumlah 2.5 juta orang, dan 50% dari total tersebut berada di wilayah jabodetabek atau sekitar 1.25 juta pengemudi.⁸ Dari jumlah mitra ojek online tersebut masih memiliki kemungkinan bahwa jumlah tersebut masih terus bertambah setiap tahunnya dan tersebar di berbagai daerah dan kota – kota di Indonesia. Oleh karena itu, akibat banyaknya jumlah ojek online di kota – kota di Indonesia beberapa daerah membuat sebuah yang mana mengatur kebijakan terkait ojek online di wilayahnya. Salah satu daerah yang menerapkan kebijakannya adalah Pemerintah kota Depok. Pemerintah Kota Depok melalui Perwali Depok No. 11 Tahun 2017 yang beberapa

⁵ Fatimah Kartini, 2017, *Berapa Jumlah Pengguna dan Pengemudi Go-Jek?*, dalam <https://tekno.kompas.com/read/2017/12/18/07092867/berapa-jumlah-pengguna-dan-pengemudi-go-jek>, diakses pada Senin 25 Maret 2019.

⁶ Fino Yurio, 2017, *Awal Mula Transportasi Online Menjamur di Indonesia*, dalam <https://inet.detik.com/cyberlife/d-3609781/awal-mula-transportasi-online-menjamur-di-indonesia>, diakses pada hari Senin 25 Maret 2019.

⁷ Aditya Hadi Pratama, 2015, *Kilas Balik Perkembangan Ojek Online di Indonesia Sepanjang 2015*, dalam <https://id.techinasia.com/kilas-balik-ojek-online-2015>, diakses pada hari Rabu 27 Maret 2019.

⁸ Kodrat Setiawan, 2019, *Berapa Jumlah Pengemudi Ojek Online di Indonesia?*, dalam <https://bisnis.tempo.co/read/1271465/berapa-jumlah-pengemudi-ojek-online-di-indonesia> diakses pada hari Kamis 23 Januari 2020.

poinya berisi larangan bagi ojek online untuk menaik turunkan penumpang di badan jalan, bahu jalan dan trotoar serta larangan untuk menaik turunkan penumpang di wilayah trayek yang ditempati maupun dilalui angkutan umum. Menurut Walikota Depok Pradi Supriatnan kebijakan yang ia berlakukan bertujuan agar menjadi solusi untuk menciptakan kesetaraan bagi ojek online maupun angkutan umum agar tercipta keseimbangan dan ketertiban di kota Depok.⁹

Inovasi ojek online muncul akibat teknologi *smartphone* yang mulai marak digunakan oleh berbagai kalangan masyarakat sehingga timbul ide untuk membuat sebuah aplikasi yang mudah diakses oleh masyarakat. Aplikasi dalam transportasi online dimaknai sebagai sebuah alat atau media untuk mencari profit bagi sektor informal. Hal ini dikarenakan, aplikasi digunakan oleh mitra kerja dalam melakukan transaksi. Apabila konsumen ingin menggunakan jasa transportasi online harus melalui aplikasi. Selain itu bagi mitra kerja, aplikasi juga dimaknai sebagai alat produksi. Hal ini dikarenakan, Profit atau keuntungan yang diperoleh oleh mitra kerja dapat diperoleh dari banyaknya sewa konsumen melalui aplikasi. Namun, Keuntungan yang diterima oleh masing – masing sektor informal tersebut dibagi dengan para mitra kerja menggunakan sistem *sharing profit*.

Sistem yang digunakan oleh Go-Jek dan Grab untuk menggaji para mitra kerja menggunakan sistem *sharing profit*. Namun, penerapan sistem dalam kedua sektor

⁹ Depok Net, 2017, *Perwal 11Tahun 2017 Terbit, Pengemudi Ojek Online Keberatan*. Dalam <https://www.depoknet.com/perwal-11-tahun-2017-terbit-pengemudi-ojek-online-keberatan/>, Diakses pada hari Rabu 19 Agustus 2020.

informal tersebut tentunya berbeda dari segi jumlah persentase *sharing profit*. Sistem *sharing profit* yang diberlakukan oleh Go-Jek bagi para mitra kerja memiliki persentase sebesar 20% untuk sektor informal dan 80% bagi mitra kerja¹⁰. Sedangkan penerapan sistem yang diberlakukan oleh Grab memiliki persentase sebesar 10% untuk sektor informal dan 90% untuk mitra kerja. Kedua sektor informal tersebut juga menerapkan sistem argo dan sistem bonus yang mana menguntungkan para mitra. Jumlah argo yang ditetapkan oleh pihak Go-Jek adalah 0 – 9 km = Rp 7.000 per km dari km pertama dan mulai dari km ke 9,01 berlaku tambahan kelipatan Rp 3.000/km, sedangkan jumlah argo yang ditetapkan oleh pihak Grab adalah Rp 12.000 untuk perjalanan di bawah 6 km dan Tambahan Rp 2.500 per km¹¹. Selain itu, adapun sistem bonus yang berlaku bagi para mitra kerja dari kedua sektor informal tersebut. Go-Jek menerapkan sebuah sistem bonus bagi para mitra kerja dalam bentuk poin, yang dimana poin tersebut dapat ditukarkan menjadi uang tunai, sedangkan Grab juga memberlakukan sistem bonus bagi para mitra dalam bentuk berlian yang tentunya juga dapat ditukarkan menjadi uang tunai¹²

Berdasarkan keuntungan yang ditawarkan oleh ojek online tersebut, banyak orang mulai menekuni profesi tersebut sehingga terjadi pergeseran profesi dari ojek pangkalan menjadi ojek online. Namun terdapat beberapa individu yang tetap bertahan

¹⁰ Dyah Ikhsanti, 2018, *Perbedaan Perhitungan Penghasilan Grab dan GO-JEK (Updated 2018)*, dalam <https://www.aturduit.com/articles/skema-honor-transportasi-online/>, diakses pada hari Rabu 27 Maret 2019 pada pukul 20.02.

¹¹ Dyah Ikhsanti, Loc.Cit.

¹² *Ibid.*

untuk menekuni profesi ojek pangkalan. Berdasarkan penjelasan di atas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berfokus pada transportasi online. Adapun studi – studi terakhir yang telah dilakukan sebelumnya, seperti studi yang dilakukan oleh Kiki Setiyorini dan Grendi Hendrastomojo pada tahun 2018 yaitu tentang persaingan yang terjadi antara ojek online dan ojek pangkalan yang terjadi di stasiun Lempuyangan, Yogyakarta. Studi ini berfokus pada bentuk persaingan yang terjadi antara ojek online dan ojek pangkalan di stasiun Lempuyangan, Yogyakarta. Lalu ada pun studi lain yang dilakukan oleh Dwi Karyayuris Prabawati dan Soni Harsono pada tahun 2017 yaitu tentang strategi bersaing yang dilakukan oleh taksi konvensional dalam menghadapi persaingan dengan transportasi berbasis aplikasi online di Surabaya. Studi ini berfokus pada bentuk – bentuk tindakan strategis yang dilakukan taksi konvensional Blue Bird untuk tetap bersaing dengan transportasi yang menggunakan aplikasi online. Berdasarkan kedua studi yang pernah dilakukan tersebut, studi yang peneliti lakukan memiliki perbedaan yaitu lebih berfokus membahas kontestasi yang terjadi antar sesama pengemudi ojek serta antara pengemudi ojek online dan ojek pangkalan di Stasiun Depok Lama yang mana dilihat dari beberapa aspek tindakan strategis yang mereka lakukan, sumber daya, waktu beroperasi, penghasilan, keuntungan, serta kelemahan.

I.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang masalah di atas, Ojek online merupakan sebuah salah satu profesi yang saat ini sangat berkembang di Indonesia. Hal ini

dipengaruhi oleh besarnya penghasilan yang dijanjikan oleh perusahaan sektor transportasi online apabila menjalin kemitraan kepada para tenaga kerja. Besaran penghasilan yang diterima oleh para pengemudi ojek online ditentukan oleh perusahaan sektor transportasi online yaitu Go-Jek atau Grab melalui sebuah sistem kerja. Sistem kerja yang dimaksud adalah sistem *profit sharing* berupa persentase pembagian hasil, argo, serta sistem bonus. Oleh sebab itu kajian atau penelitian yang peneliti lakukan ini berfokus pada kontestasi yang terjadi pada antar mitra kerja transportasi online dan diluar mitra kerja transportasi online.

Penawaran tersebut menyebabkan banyak orang yang ingin menekuni profesi sebagai pengendara ojek online. Fenomena ojek online tersebut juga menyebabkan pergeseran preferensi profesi di kalangan ojek pangkalan sehingga banyak pengendara ojek pangkalan yang beralih menjadi ojek online tetapi terdapat beberapa pengendara ojek pangkalan yang tetap memilih bertahan menekuni profesi tersebut. Oleh karena itu, terjadi kontestasi antara ojek pangkalan dan ojek online dalam memperoleh keuntungan bagi mereka dalam hal mendapatkan sewa penumpang.

Kontestasi yang ingin penulis lihat adalah kontestasi yang terjadi antara ojek pangkalan dan ojek online yang terjadi di Stasiun Depok Lama dimana kedua jenis ojek tersebut merupakan aktor sosial yang bersaing dalam ruang publik. Kontestasi terjadi untuk memperoleh serta mempertahankan makna dan identitas yang dimiliki oleh kedua aktor tersebut. Dalam hal ini, Kontestasi yang terjadi berupa persaingan dalam mendapatkan sewa atau yang biasa dikenal dengan *order* dari para konsumen. maka dari itu terdapat strategi – strategi yang digunakan kedua belah pihak dalam

menghadapi kontestasi tersebut seperti adanya regulasi yang dibuat dan disepakati kedua belah pihak. Hal tersebut dilakukan sebagai upaya dalam menjaga eksistensi mereka dalam ruang publik.

Berdasarkan permasalahan di atas tersebut, kontestasi yang terjadi antara ojek pangkalan dan ojek online di Stasiun Depok Lama sebagai ruang publik menarik perhatian peneliti untuk diteliti lebih dalam karena fenomena tersebut memiliki pengaruh secara langsung bagi kelangsungan hidup kedua pihak tersebut. maka dari itu terdapat beberapa pertanyaan yang telah peneliti rumuskan antara lain:

1. Bagaimana bentuk kontestasi yang terjadi antara ojek pangkalan dan ojek online di Stasiun Depok Lama?
2. Apakah sumberdaya dominan yang digunakan ojek pangkalan dan ojek online dalam kontestasi yang terjadi di Stasiun Depok Lama?

I.3 Tujuan dan Manfaat

1.3.1 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian yang peneliti lakukan yaitu:

1. Untuk mengetahui kontestasi yang dilakukan oleh ojek pangkalan dan ojek online di Stasiun Depok Lama.
2. Untuk mengetahui sumberdaya dominan yang digunakan oleh ojek pangkalan dan ojek online dalam kontestasi yang terjadi di Stasiun Depok Lama.

1.3.2 Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Penelitian ini memberikan kontribusi pada bidang sosiologi Ekonomi yaitu tentang kontestasi yang terjadi antara ojek pangkalan dan ojek online dalam Stasiun Depok Lama yang merupakan salah satu ruang publik sebagai ilmu sosial. Diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi akademisi lainnya yang sedang melaksanakan pendidikan maupun yang tidak, Khususnya dalam penelitian yang berkaitan dengan sosiologi Ekonomi.

2. Secara Praktis

Hasil penelitian ini dapat digunakan menjadi referensi bagi kajian – kajian ilmiah lainnya khususnya yang membahas tentang ojek online dan ojek pangkalan serta memberikan pengetahuan kepada pembaca tentang bagaimana bentuk kontestasi yang terjadi pada aktor sosial dalam ruang publik.

I.4. Tinjauan Literatur Sejenis

Untuk membantu proses penelitian, peneliti menggunakan beberapa tinjauan penelitian lain yang telah dilakukan sebelumnya sebagai bahan acuan dalam penelitian tentang kontestasi pada sektor transportasi dalam ruang publik. Tinjauan ini bertujuan untuk membandingkan serta menghindari kesamaan dan plagiat penelitian. Selain itu penggunaan tinjauan sejenis penelitian juga bermanfaat bagi peneliti untuk melihat kekuarangan yang ada pada penelitian sebelumnya sehingga peneliti dapat menutupi

kekuarangan tersebut. terdapat beberapa tinjauan penelitian sejenis yang peneliti ambil untuk membantu proses penelitian ini sebagai berikut.

Peneliti menggunakan beberapa tinjauan literatur berbentuk jurnal yang membahas terkait kontestasi maka dari itu mengelompokan beberapa jurnal yang memiliki aspek pembahasan yang sama. Pembahasan pertama dalam tinjauan literatur yang penulis gunakan adalah kontestasi pada sektor transportasi. Sektor transportasi merupakan salah satu sektor yang menjadi suatu kebutuhan penting bagi keberlangsungan hidup manusia. oleh karena itu, sektor transportasi seringkali dijadikan sumber ekonomi oleh beberapa pihak sebagai keuntungan mereka. Maka dari itu terdapat persaingan atau kontestasi yang tercipta antara pihak – pihak atau aktor yang ingin memanfaatkan sektor transportasi untuk mendapat keuntungan pada beberapa ruang di kelompok masyarakat. Berdasarkan beberapa jurnal yang peneliti dapat, terdapat beberapa bentuk kontestasi yang terjadi pada beberapa platform transportasi dalam masyarakat. Kontestasi terjadi di salah satu stasiun di daerah Yogyakarta yang dibahas oleh Kiki Setiyorini dan Grendi Hendrastomojo (2018)¹³ Kontestasi yang terjadi antara Ojek pangkalan stasiun dan Ojek online menghasilkan sebab akibat yang mana mempengaruhi kedua aktor dari segi keuntungan, regulasi baru, serta eksistensi mereka dalam Stasiun. Selanjutnya, adapun kontestasi yang terjadi pada transportasi online di perkotaan yang dibahas oleh Fania Darma Amajida

¹³ Kiki. S dan Grendi. H. 2018, *Persaingan Antara Ojek Online dengan Ojek Konvensional di Stasiun Lempuyangan, Daerah Istimewa Yogyakarta*, Jurnal Sosilogi Pendidikan Humanis Vol 3, No. 1. P- ISSN: 2502-7875. E- ISBN: 2527-5879. Hlm 29

(2016)¹⁴ dimana Kontestasi yang dibahas dalam jurnal tersebut terjadi pada pengemudi ojek online di perkotaan. Kontestasi dilakukan oleh para pengemudi ojek online dengan cara beradaptasi untuk memenuhi permintaan masyarakat perkotaan dengan melakukan beberapa penawaran agar dapat menarik minat masyarakat. Kemudian terdapat juga ontestasi yang terjadi pada transportasi konvensional dan online taksi dibahas oleh Dwi Karyayuris Prabawati dan Soni Harsono (2017)¹⁵ Kontestasi dalam kedua aktor ini menghasilkan sebuah strategi yang dilakukan transportasi taksi konvensional agar eksistensi mereka tetap terjaga di tengah berkembangnya transportasi online. Terakhir adalah kontestasi yang terjadi pada Kontestasi pada transportasi penerbangan yang dibahas oleh Wibowo Kunjoroad dan Nurul Safitri (2009)¹⁶ Pada kontestasi ini terdapat Strategi bersaing yang dilakukan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang penerbangan dalam menghadapi kontestasi sehingga eksistensi aktor tersebut tetap terjaga. Oleh karena itu dalam kontestasi yang terjadi di sektor transportasi terdapat beberapa aktor yang ikut serta memperebutkan keuntungan dari kondisi tersebut. Masing – masing aktor saling melakukan upaya untuk bersaing baik dilakukan guna mencapai tujuan mereka seperti memperoleh keuntungan, kekuasaan maupun menjaga eksistensi mereka.

¹⁴ Fania Darma 2016. “*Kreativitas Digital Dalam Masyarakat Risiko Perkotaan: Studi Tentang Ojek Online “Go-Jek” Di JAKARTA*”, INFORMASI Kajian Ilmu Komunikasi Vol. 46. [s://doi.org/10.21831/informasi.v46i1.9657](https://doi.org/10.21831/informasi.v46i1.9657), Hlm. 115.

¹⁵ Soni Harsono, Dwi Karyayuris Prabawati. 2017, “*Strategi pemasaran jasa transportasi taksi konvensional menghadapi persaingan jasa transportasi berbasis aplikasi online di Surabaya*”, Journal of Business and Banking, Vol.7 No.1. Doi: 10.14414/jbb.v7i1.973. Hlm 105.

¹⁶ Wibowo.K, Nurul.S 2009, Analisis Strategi Bersaing dalam Persaingan Usaha Penerbangan Komersial, Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi, Volume 16, Nomor 1, ISSN 0854-3844. Hlm. 45.

Pembahasan kedua dalam tinjauan literatur yang penulis gunakan adalah Ruang atau arena. Ruang atau arena merupakan sebuah zona yang menjadi sebuah pusat sumber daya dan kekuasaan, sehingga ruang menjadi tempat para aktor sosial bersaing untuk mendapatkan kedua hal tersebut guna memperoleh keuntungan. Pembahasan terkait ruang atau arena seringkali dikaitkan dengan ekonomi dan politik yang dilakukan para aktor sosial untuk mencapai tujuannya. Berdasarkan beberapa jurnal yang penulis dapat, terdapat beberapa pembahasan terkait beberapa jenis ruang yang mana dikaitkan dengan kontestasi para aktor sosial. Jurnal pertama yang membahas adalah persaingan atau kontestasi pada ruang di sektor kapital budaya yang dibahas oleh Wanlie (2012)¹⁷, Kukuh Yudha dan Karnanta (2013)¹⁸. Ruang yang dibahas dalam kedua jurnal ini membahas ruang dalam ranah budaya yang mana dimanfaatkan oleh beberapa pihak sebagai modal kapital untuk memperoleh keuntungan. Namun terdapat perbedaan dalam kedua jurnal tersebut yang dimana dalam Wanlie, dalam jurnal Pemanfaatan modal tersebut dilakukan dengan menggunakan teknologi sebagai alat demokratisasi kepemilikan kapital ekonomi. Sedangkan, dalam Kukuh Yudha dan Karnanta ranah budaya yang dimaksud lebih spesifik pada ranah kesastraan yang mana masih membutuhkan pengembangan dalam hal produksi kultural. maka dari itu diperlukan habitus dari para sastrawan guna mengembangkan budaya sastra di

¹⁷ Wanlie, 2012, Produksi Budaya dalam Seni Grafiti, Jurnal Sosiologi MASYARAKAT Vol. 17, No. 2, ISSN: 0852-8489. Hlm. 187.

¹⁸ Kukuh Yudha Karnanta, 2013, Paradigma Teori Arena Produksi Kultural Sastra: Kajian Terhadap Pemikiran Pierre Bourdieu, Jurnal Poetika Vol. 1 No. 1. ISSN 2338-5383, E-ISSN: 2503-4642. Hlm.3.

Indonesia agar menjadi sebuah nilai kapital yang dapat dimanfaatkan oleh aktor – aktor tersebut.

Pembahasan terkait ruang atau arena juga dibahas dalam persaingan dalam ruang atau arena pasar saing taksi yang dibahas oleh Marcin Serafin (2016)¹⁹. Ruang atau arena yang dibahas merujuk pada arena pasar transportasi yang mana dimanfaatkan beberapa aktor seperti taksi konvensional dan online sebagai sumber ekonomi mereka. dalam hal tersebut, Aktor – aktor Saling melakukan upaya untuk bersaing seperti menjatuhkan citra aktor lain dengan kata – kata verbal serta gangguan fisik sehingga aktor yang dituju mengalami masalah. Terakhir, pembahasan terkait ruang terdapat pada jurnal tentang ruang ekonomi masyarakat di suatu negara yang dibahas oleh Richard Swedberg (2011)²⁰. Ruang yang dibahas berfokus pada ruang ekonomi masyarakat yang dibangun oleh keluarga – keluarga sehingga menciptakan usaha domestik yang menjadi sebuah kapital ekonomi untuk memperoleh keuntungan. Oleh karena itu berdasarkan pembahasan jurnal terkait ruang, ruang atau arena memiliki kaitan kontestasi yang mana dilakukan oleh aktor – aktor sosial dalam komunitas. Kontestasi tersebut dilakukan oleh para aktor yang saling bersaing untuk mencapai tujuannya baik memperoleh keuntungan, kekuasaan dan lain – lain tentunya hal tersebut dilakukan dengan upaya – upaya baik secara positif maupun negatif.

¹⁹ Marcin Serafin, 2016, *Cacophony of Contestation: Forms of Voice and the Warsaw Taxi Market as a Field of Struggles*, *European Journal of Sociology*, 57, 2 doi: 10.1017/S0003975616000102. Hlm.259.

²⁰ Richard Swedberg, 2011, *The Economic Sociologies of Pierre Bourdieu*, *Journal of Cultural Sociology* vol. 5(1). DOI: 10.1177/1749975510389712, Hlm. 67.

Pembahasan ketiga dalam tinjauan literatur yang penulis gunakan adalah sistem *Sharing Economy* atau *Sharing Profit*. *Sharing economy* merupakan sistem yang diterapkan pada perusahaan dalam bidang produksi maupun jasa. Sistem ini merupakan sistem pembagian keuntungan yang diperoleh antara pihak perusahaan dan mitra kerja. Mitra kerja yang dimaksud merupakan pegawai atau staff yang mendapatkan keuntungan dengan memanfaatkan asset perusahaan. Pembagian keuntungan pada umumnya dapat diukur menggunakan persentase dan berdasarkan hasil kesepakatan bersama sehingga hubungan kedua pihak terjalin dengan baik. Adapun beberapa tinjauan literatur yang membahas terkait sistem *sharing economy* diantaranya, prinsip *sharing profit* dalam sistem *sharing Economy* pada pekerja industri yang dibahas oleh Alexandra J. Ravenelle (2017)²¹. Sistem *Sharing economy* yang dibahas menggunakan prinsip *sharing profit*. Sistem *sharing profit* dalam literatur ini berupa pembagian hasil dari barang yang berhasil dijual oleh para pegawai. Pada prosesnya para pegawai mengambil beberapa barang yang diproduksinya lalu menjualnya kepada orang lain maupun kerabat dekatnya. Hasil penjualan tersebut dibagi dengan perusahaan sebesar 80% -20% sehingga keuntungan para pekerja tersebut sebesar 20% dari hasil penjualan.

Selanjutnya adapun literatur yang membahas prinsip *Sharing profit* yang diterapkan pada perusahaan transportasi online di berbagai negara seperti di negara cina

²¹ Alexandra J. Ravenelle, 2017, *Sharing economy workers: selling, not sharing*, *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society* vol. 10. doi:10.1093/cjres/rsw043 Hlm. 281.

yang dibahas oleh Qingjun Wu dan Zhen Li (2019)²², Christoph Mittendorf (2017)²³, Dominika Polkowska (2019)²⁴, dan Andrea Pollio (2019)²⁵. Dalam hal ini, sistem *sharing srofit* yang dibahas diterapkan pada pengemudi transportasi online Uber di negara – negara tersebut memiliki kesamaan sistem yang dimana pembagian hasil keuntungan dihitung berdasarkan jarak tempuh saat mengantar penumpang. Hal tersebut menyebabkan etos kerja para mitra meningkat karena terdapat penetapan target yang ditentukan untuk pembayaran. Namun, perbedaan terjadi pada persentase pembagian hasil yang diterima perusahaan dan pengemudi serta besaran bonus yang diterima. Di negara cina, Jerman dan Afrika Selatan, besaran hasil yang diterima pengemudi diklasifikasikan berdasarkan jenis kendaraan. Kendaraan dibagi dalam 3 level yang masing – masing dipasang argo yang berbeda. maka dari itu, pengemudi kendaraan yang memiliki klasifikasi level yang tinggi akan memperoleh pendapatan yang tinggi begitu pun sebaliknya. Sedangkan di negara Polandia, pembagian hasil yang diterima perusahaan dan pengemudi ditentukan oleh persentase bagi hasil yaitu sebesar 75% dan 25%. Oleh karena itu berdasarkan pembahasan jurnal terkait sistem

22 Qingjun Wu, Zhen Li, 2019, *Labor control and task autonomy under the sharing economy: a mixed-method study of drivers' work*, *Journal of Chinese Sociology* 6:14. <https://doi.org/10.1186/s40711-019-0098-9>, Hlm.1.

23 Christoph Mittendorf, 2017, *The Implications of Trust in the Sharing Economy – An Empirical Analysis of Uber*, *Hawaii International Conference on System Sciences*, ISBN 978-0-9981331-0-2. Hlm. 5837.

24 Dominika Polkowska, 2019, *Does The App Contribute To The Precarization Of Work? The Case Of Uber Drivers In Poland*, *Partecipazione e conflitto*, 12(3). DOI: 10.1285/i20356609v12i3p717. Hlm. 717

25 Andrea Pollio, 2019, *Forefronts of The Sharing Economy: Uber In Cape Town*, *International Journal Of Urban And Regional Research*, DOI:10.1111/1468-2427.12788. Hlm. 760.

Sharing Profit, sistem bagi hasil tersebut diberlakukan bagi perusahaan khususnya di bidang barang dan jasa. Oleh karena itu dampak diberlakukannya sistem ini adalah pada persaingan atau kontestasi pada pekerja. Pekerja yang ingin memperoleh hasil maksimal perlu berusaha keras untuk menjual barang maupun jasa. Oleh karena itu dalam ruang atau arena ekonomi, kontestasi tidak hanya terjadi pada aktor yang berasal dari organisasi berbeda tetapi juga pada individu aktor dari organisasi yang sama.

Tabel 1.2

Penelitian Sejenis

No	Sumber	Jenis Pustaka	Metodologi penelitian	Konsep / teori	Persamaan	Perbedaan
1	Grendi, Kiki. 2018. <i>"Persaingan Antara Ojek Online dengan Ojek Konvensional di Stasiun Lempuyangan, Daerah Istimewa Yogyakarta"</i> , Jurnal Sosilogi Pendidikan Humanis Vol 3, No 1.	Jurnal Nasional	Kuantitatif dan Kualitatif	Konsep Persaingan Konsep Disrupsi Konsep Perkembangan ojek Konsep ojek Konsep pangkalan ojek	Menjelaskan tentang fenomena persaingan pada sektor informal yaitu antara ojek online dan konvensional menggunakan konsep persaingan.	Lebih berfokus pada bentuk dan dampak persaingan antara ojek online dan ojek konvensional

2	<p>Harsono Soni, Prabawati Karyayuris Dwi. 2017, <i>“Strategi pemasaran jasa transportasi taksi konvensional menghadapi persaingan jasa transportasi berbasis aplikasi online di Surabaya”</i>, Journal of Business and Banking, Volume 7 Number 1.</p>	<p>Jurnal Nasional</p>	<p>Kualitatif</p>	<p>Konsep Bauran Pemasaran Konsep Bauran Pemasaran Jasa</p>	<p>Menjelaskan strategi yang digunakan oleh perusahaan jasa transportasi taksi konvensional di bidang transportasi dalam menghadapi persaingan dengan perusahaan transportasi berbasis aplikasi.</p>	<p>Lebih berfokus pada strategi pemasaran yang dilakukan perusahaan transportasi taksi untuk bisa bersaing dengan perusahaan transportasi berbasis aplikasi.</p>
3	<p>Darma Fania. 2016. <i>“Kreativitas Digital Dalam Masyarakat Risiko Perkotaan: Studi Tentang Ojek Online “Go-Jek” Di JAKARTA”</i>, INFORMASI Kajian Ilmu Komunikasi Volume 46.</p>	<p>Jurnal Nasional</p>	<p>Kualitatif</p>	<p>Konsep Masyarakat Risiko Konsep Kreativitas Konsep Teknologi</p>	<p>Membahas kreativitas digital dalam masyarakat yang telah mengatasi permasalahan pada masyarakat perkotaan yang dimana dilakukan</p>	<p>Lebih berfokus pada bagaimana ojek online dapat mengatasi permasalahan pada masyarakat perkotaan</p>

				Konsep Go-Jek	melalui Ojek online.	
4	Wibowo.K, Nurul.S 2009, Analisis Strategi Bersaing dalam Persaingan Usaha Penerbangan Komersial, Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi, Volume 16, Nomor 1, ISSN 0854-3844.	Jurnal Nasional	Kuantitatif	Konsep Persaingan Konsep Strategi Perusahaan Konsep Perusahaan Jasa Penerbangan Konsep Keunggulan Persaingan Berkelanjutan (SCA) Konsep Analisis Matrix BCG	Menjelaskan persaingan atau kontestasi yang terjadi pada sektor usaha penerbangan dengan Menggunakan konsep persaingan untuk menjelaskan strategi perusahaan dalam persaingan dengan usaha lain.	Lebih Berfokus pada strategi persaingan khususnya pada sektor transportasi penerbangan
5	Wanlie, 2012, Produksi Budaya dalam Seni Grafiti, Jurnal Sosiologi MASYARAKAT Vol. 17, No. 2	Jurnal Nasional	Studi Kasus	Konsep <i>Field Cultural Production</i>	Menjelaskan tentang kontestasi yang menjadi sumber kapital	Lebih berfokus pada kontestasi budaya sebagai sumber produksi.

				Teori Kontestasi Ruang	ekonomi bagi aktor	
6	Roger Zetter and Brad K. Blitz, 2014, <i>Contestation and Reconstruction: Natural Capital and Post-Conflict Development in Borderland Regions</i> , International Journal of Security & Development, 3(1): 32, pp. 1-18	Jurnal Internasional	Studi kasus	Konsep Kontestasi Konsep <i>Post-conflict Development</i>	Menjelaskan kontestasi pada yang dilakukan dengan memanfaatkan sumber daya yang ada untuk tujuan ekonomi, politik dan sipil.	Lebih berfokus pada kontestasi pada perebutan lahan di suatu negara.
7	Kukuh Yudha Karnanta, 2013, <i>Paradigma Teori Arena Produksi Kultural Sastra: Kajian Terhadap Pemikiran Pierre Bourdieu</i> , Jurnal Poetika Vol. 1 No. 1.	Jurnal Nasional	Studi Pustaka	Teori Arena produksi kultural Teori Habitus	Menggunakan teori ruang atau arena yang dikemukakan oleh Pierre Bourdieu.	Lebih berfokus pada persaingan pada arena yang mempengaruhi produksi sastra.

8	<p>Marcin Serafin, 2016,</p> <p><i>Cacophony of Contestation: Forms of Voice and the Warsaw Taxi Market as a Field of Struggles, European Journal of Sociology, 57, 2.</i></p>	<p>Jurnal Internasional</p>	<p>Kualitatif dan Kuantitatif</p>	<p>Teori ruang sosial</p> <p>Teori kontestasi</p>	<p>Menggunakan teori ruang sosial yang dikemukakan pierre Bourdieu. Dan membahas tentang persaingan pada sektor transportasi</p>	<p>Lebih berfokus pada persaingan pada aktor pada sektor transportasi taksi di suatu negara.</p>
9	<p>Richard Swedberg, 2011, <i>The Economic Sociologies of Pierre Bourdieu, Journal of Cultural Sociology vol. 5(1).</i></p>	<p>Jurnal Internasional</p>	<p>Studi Kasus</p>	<p>Teori Sosiologi Ekonomi</p> <p>Teori Ruang</p>	<p>Membahas tentang prinsip sosiologi ekonomi dalam sebuah ruang sosial.</p>	<p>lebih berfokus pada tindakan ekonomi yang dilakukan individu – individu di sebuah negara</p>
10	<p>Alexandrea J. Ravenelle, 2017, <i>Sharing economy workers: selling, not sharing, Cambridge Journal of Regions, Economy and Society vol. 10.</i></p>	<p>Jurnal Internasional</p>	<p>Kualitatif</p>	<p>Konsep Sharing Economy</p> <p>Konsep pengusaha</p>	<p>Menjelaskan apa saja bentuk sharing profit dalam sistem sharing economy yang diberlakukan oleh pengusaha</p>	<p>Lebih berfokus pada sistem sharing economy perusahaan yang bergerak di bidang industri.</p>

					terhadap para pekerjanya	
11	Qingjun Wu, Zhen Li, 2019, <i>Labor control and task autonomy under the sharing economy: a mixed- method study of drivers' work, Journal of Chinese Sociology</i>) 6:14.	Jurnal Internasional	Kuantitatif dan kualitatif	Konsep Tenaga Kerja Konsep Sharing Economy	Menjelaskan sistem sharing economy yang diberlakukan perusahaan terhadap tenaga kerjanya.	Lebih berfokus pada sistem sharing economy yang diberlakukan kepada tenaga kerja.
12	Christoph Mittendorf, 2017, <i>The Implications of Trust in the Sharing Economy – An Empirical Analysis of Uber, Hawaii International Conference on System Sciences</i> , ISBN 978-0- 9981331-0-2.	Jurnal Internasional	Kuantitatif dan Kualitatif	Konsep Sharing Economy Konsep kepercayaan	Membahas prinsip kepercayaan dalam sistem <i>sharing economy</i> yang diterapkan oleh perusahaan transportasi online UBER	Lebih berfokus pada pengaruh prinsip kepercayaan dalam sistem <i>sharing economy</i> .
13	Dominika Polkowska, 2019, Does The App Contribute To The Precarization Of Work?	Jurnal Internasional	Kualitatif	Konsep Sharing Profit Konsep Uber	Menjelaskan sharing profit yang diberlakukan oleh	Lebih berfokus pada perusahaan dan mitra kerja

	The Case Of Uber Drivers In Poland, Partecipazione e conflitto, 12(3) 2019: 717-741				perusahaan yang bergerak di bidang transportasi online pada mitra kerjanya.	perusahaan transportasi Uber
14	Andrea Pollio, 2019, Forefronts of The Sharing Economy: Uber In Cape Town, International Journal Of Urban And Regional Research, DOI:10.1111/1468-2427.12788	Jurnal Internasional	Kualitatif	Konsep Sharing Economy	Menjelaskan prinsip Sharing economy yang dilakukan oleh perusahaan transportasi online.	Lebih berfokus pada perkembangan prinsip sharing Economy perusahaan transportasi online di suatu negara.
15	Christofer Laurell, 2016, Analysing Uber In Social Media — Disruptive Technology or Institutional Disruption? , International Journal of Innovation Management Vol. 20, No. 7.	Jurnal Internasional	Studi Kasus	Konsep Disrupsi Konsep transportasi online Konsep media sosial	Membahas tentang perusahaan transportasi online.	Lebih berfokus pada proses disrupsi dalam perkembangan perusahaan transportasi di media sosial

Sumber: Diolah dari Tinjauan Penelitian (2019)

Berdasarkan hasil tinjauan dari beberapa penelitian sejenis yang telah dilakukan sebelumnya, peneliti dapat memperoleh berbagai informasi relevan untuk mendukung penelitian yang akan peneliti lakukan yaitu tentang kontestasi pada sektor transportasi online dalam ruang publik yang ditinjau dari ojek online. Kelima belas penelitian yang dibagi dalam tiga pembahasan utama tersebut dapat membantu peneliti dalam penyusunan skripsi yang akan dilakukan. Berdasarkan tinjauan penelitian tersebut peneliti juga memperoleh beberapa konsep antara lain *teori Ruang*, *teori kontestasi*, *konsep disrupsi*, *konsep teknologi*, *konsep persaingan*, *konsep regionalisasi ruang*, *Konsep Sharing profit*, *konsep sharing economy* serta mendapatkan gambaran mengenai teknik penulisan dan menganalisis data sesuai dengan gagasan peneliti dan hasil data yang didapat sesuai yang ada di lapangan.

I.5. Kerangka Konseptual

I.5.1 Kontestasi dalam Perebutan Ruang Usaha Ojek Online

Kontestasi merupakan salah satu unsur yang berkaitan dalam ruang publik. Penjelasan terkait ruang telah dikemukakan oleh beberapa tokoh sosiolog. Salah satu tokoh yang menjelaskan terkait ruang adalah Neil Flighstein. Teori tentang ruang oleh Neil Fligstein dan Doug McAdam. Fligstein mengembangkan kembali teori yang telah dikemukakan oleh Bourdieu terkait penjelasan mengenai ruang atau ranah. Menurut Fligstein ruang atau ranah merupakan sebuah tatanan strategis yang dibentuk dari hasil tindakan kolektif yang dilakukan oleh unit fundamental.²⁶ Unit fundamental yang

²⁶ Neil Fligstein, Doug McAdam, *A Theory of Fields*, New York: Oxford University Press, Hlm. 9.

dimaksud Fligstein terbagi menjadi tiga poin penting yaitu adanya struktur yang mengatur, agen – agen sosial, dan ada pihak yang memerintah.

Menurut Fligstein *Field* atau ruang dibentuk dari tatanan sosial unit di level mikro ke level Meso. Unit yang termasuk kedalam tatanan sosial level mikro adalah agen atau aktor sosial yang memiliki peran dan kepentingan dalam ruang tersebut. Untuk menunjukkan eksistensinya dalam sebuah ruang, para aktor sosial melakukan tindakan kolektif yang dimana dipengaruhi oleh kemampuan individu maupun kelompok aktor. maka dari itu, tatanan sosial unit di level mikro terdiri dari hubungan antar aktor sosial dalam ruang publik.

Tindakan kolektif para aktor di level mikro bergerak menuju level meso. Menurut Fligstein, hubungan ruang dalam level meso meliputi keseluruhan komponen yang ada di dalam ruang. Aktor yang terdapat di level meso berkaitan dengan organisasi – organisasi formal. Organisasi formal adalah bidang yang sangat spesifik karena strukturnya yang kaku dan formal. Struktur yang mendefinisikan hubungan antara subunit di dalam ruang dengan peraturan yang mengatur perilaku lapangan lebih tepat dan legalistik daripada yang berlaku untuk jenis bidang lainnya.²⁷ Organisasi formal yang terdapat dalam ruang bergerak dalam bidang negara dan non negara. Organisasi yang bergerak di bidang negara dan non negara saling memiliki ketergantungan. Fligstein menyebutkan bahwa ketergantungan kedua bidang tersebut terletak pada keberadaan mereka serta dukungan yang mereka peroleh dari berbagai

²⁷ Neil Fligstein, Doug McAdam, *Op.Cit.* Hlm. 64.

ikatan antara negara dan bidang tindakan strategis non-negara. Selain itu ketergantungan juga terdapat pada ikatan yang menghubungkan negara dengan sejumlah bidang ekonomi utama yang memiliki pengaruh yang tidak proporsional terhadap perekonomian negara.²⁸ Oleh karena itu negara sebagai penyedia ruang perlu melakukan tindakan strategis untuk menjaga stabilitas, reproduksi, dan transformasi dari semua bidang non-negara yang ada didalam ruang. tindakan yang negara lakukan adalah dengan membuat unit tata kelola atau yang dikenal dengan *Internal Governance Unit* (IGU). IGU adalah organisasi atau asosiasi di dalam bidang yang tugas utamanya adalah memastikan stabilitas dan ketertiban rutin bidang tindakan strategis.²⁹ Fligstein menjelaskan bahwa terdapat lima fungsi utama dari IGU yakni (1) Fungsi administrasi, yaitu menyediakan layanan administrasi rutin kepada anggota lapangan, (2) Fungsi informasi, yaitu (3) Fungsi Regulasi, yaitu memastikan kesesuaian dengan aturan bidang tindakan strategis dengan memantau dan mengatur perilaku anggota, (4) Fungsi Penegakan, yaitu menegakkan aturan dengan menangkap dan memberi sanksi kepada mereka yang melanggar aturan, (5) Fungsi Sertifikasi, yaitu menegakkan aturan dengan menangkap dan memberi sanksi kepada mereka yang melanggar aturan.³⁰ dengan kelima fungsi tersebut stabilitas serta kondisi pada agen sosial non negara dapat terjaga dalam ruang serta negara tetap memperoleh keuntungannya.

²⁸ *Ibid.* Hlm. 74.

²⁹ *Ibid.* Hlm. 77.

³⁰ Neil Fligstein, Doug McAdam, *Op.Cit.* Hlm. Hlm. 78.

Berdasarkan teori ruang yang dikemukakan oleh Flighstein tersebut, kontestasi memiliki keterkaitan penting dalam pembentukan ruang. Kontestasi dalam ruang menurut Flighstein merupakan sebuah kondisi yang tercipta dari motif yang dilakukan masing – masing aktor dalam ruang untuk mencapai tujuan serta memperoleh kekuasaan dalam ruang.³¹ Motif yang dilakukan para aktor berupa tindakan kolektif yang mana dilakukan berdasarkan keterampilan sosial dari masing – masing aktor. Kontestasi terjadi ketika berbagai kelompok bersaing untuk mendapatkan keuntungan tanpa menggunakan kekerasan.³² Masing – masing kelompok aktor saling bersaing satu sama lain untuk memperoleh kekuasaan serta eksistensi mereka dalam ruang publik sehingga mereka memperoleh status sebagai kelompok dominan. Kelompok dominan inilah merupakan kelompok yang memiliki kekuasaan lebih dalam ruang sehingga tujuan aktor sosial dapat tercapai.

Berkaitan dengan ruang, Stasiun Depok Lama merupakan sebuah salah satu ruang usaha yang mana diperebutkan oleh berbagai pihak. Stasiun Depok Lama merupakan ruang atau masuk dalam kategori ruang publik yang dimana dibuat oleh pemerintah untuk kepentingan dan keuntungan negara. berdasarkan teori ruang tersebut dalam Stasiun Depok Lama terdapat kontestasi yang terjadi di tatanan sosial level mikro yaitu antara ojek online dengan aktor lain seperti ojek pangkalan. pengemudi ojek online merupakan salah satu aktor sosial yang dimaana terdiri dari beberapa individu yang memiliki tujuan yang sama satu dan lainnya yaitu mencari keuntungan

³¹ *Ibid.* Hlm. 65.

³² *Ibid.* Hlm. 14.

untuk kebutuhan mereka, begitupun sebaliknya dengan ojek pangkalan. Karena memiliki jenis usaha yang sama terdapat kontestasi yang terjadi dalam hal memperebutkan penumpang. Kontestasi tersebut mengakibatkan konflik yang terjalin antara ojek online dan ojek pangkalan, maka dari itu terdapat sebuah regulasi yang sebagaimana dibuat oleh kesepakatan antara kedua belah pihak sebagai jalan tengah dalam konflik serta melindungi kepentingan mereka. Selain itu, pemerintah selaku organisasi formal level meso melakukan sebuah upaya untuk meredam konflik dan menjaga stabilitasi ruang tersebut yaitu melalui IGU. IGU disini adalah Dinas Perhubungan yang mana mengatur ojek online dan ojek pangkalan melalui regulasi yang sebagaimana diatur dalam Undang – Undang serta menindak tegas ojek online dan ojek pangkalan yang melanggar peraturan tersebut sehingga stabilitas Stasiun Depok Lama sebagai salah satu ruang publik tetap terjaga dan pemerintah tetap memperoleh keuntungan.

I.5.2 Sumber daya dan Peluang Sebagai Bentuk Eksistensi Aktor Sosial dalam Bidang Transportasi

Aktor sosial dalam ruang publik memiliki makna dan identitas yang mana merepresentasikan eksistensi mereka dalam ruang publik. Untuk menjaga eksistensi tersebut, aktor – aktor sosial masing – masing melakukan tindakan sosial guna menjaga eksistensi mereka. Menurut Flighstein tindakan kolektif yang dilakukan para aktor sosial dalam ruang publik didasarkan oleh kebutuhan.³³ Kebutuhan yang dimaksud

³³ Neil Fligstein, Doug McAdam, *Op.Cit.* Hlm. 46.

adalah kebutuhan pada ruang publik sehingga aktor – aktor sosial perlu menunjukkan makna dan identitas mereka dalam ruang tersebut. Tindakan kolektif yang dilakukan aktor berdasarkan pada keterampilan sosial yang dimilikinya. Keterampilan sosial dapat didefinisikan sebagai kemampuan untuk mendorong kerja sama dengan memohon dan membantu menciptakan makna bersama dan identitas kolektif.³⁴

Keterampilan sosial dan teori ruang saling memiliki keterkaitan. Menurut Fligstein Keterampilan yang dimiliki aktor individu dan posisi yang mereka tempati di ruang sosial memengaruhi kemampuan mereka untuk terlibat dalam kerja sama, kompetisi, dan tindakan kolektif. Tindakan yang dilakukan aktor sosial tergantung pada posisi struktural dan peluang yang dimiliki oleh aktor tersebut seperti kemampuan mereka untuk dapat memobilisasi aktor lain. Dengan memobilisasi aktor lain untuk saling bekerjasama aktor – aktor sosial memperoleh keuntungan dalam menunjukkan identitas mereka dalam ruang publik. Aktor-aktor sosial yang terampil kebanyakan menemukan diri mereka di bidang-bidang yang sudah terstruktur dalam ruang publik sehingga mereka mudah memperoleh dan memanfaatkan sumber daya serta memaksimalkan peluang untuk melakukan tindakan kolektif. Dengan memperoleh sumberdaya dan peluang yang dimiliki tersebut, aktor sosial dapat menunjukkan makna serta identitas dalam ruang publik sehingga eksistensi mereka dapat tetap terjaga dan dapat memenuhi kebutuhan mereka.

³⁴ *Ibid.*

Menurut Fligstein untuk meningkatkan eksistensi mereka, para aktor sosial melakukannya dalam dua acara, Pertama, aktor strategis menampilkan diri sebagai netral dalam suatu situasi, bertindak seolah-olah mereka hanya berusaha memediasi kepentingan orang lain, Kedua, aktor strategis menampilkan diri mereka sebagai lebih aktif dalam menjual identitas kolektif kelompok dan memohon kepada orang lain untuk menemukan cara agar orang mau ikut. Dengan keterampilan yang dimilikinya, para aktor saling bersaing untuk mempertahankan eksistensi mereka dalam ruang. Persaingan tersebut terjadi dalam hal memperoleh keuntungan bagi mereka dalam hal politik, ekonomi, budaya dan sebagainya. Hal tersebut mengakibatkan terjadinya konflik yang terjadi antar aktor sosial. Fligstein menambahkan bahwa konflik tersebut memunculkan jenis kelompok baru yaitu kelompok petahana dan kelompok penantang. Kelompok petahana merupakan kelompok yang terdiri dari aktor sosial yang sudah ada di dalam ruang atau bisa disebut pemain lama, sedangkan kelompok penantang merupakan kelompok yang ingin menggantikan pemain lama yang ada di dalam sebuah ruang. Konflik yang terjadi tersebut menurut Fligstein cenderung dapat membuat stabilitas yang ada dalam ruang menjadi terganggu. Oleh karena itu, kedua kelompok tersebut melakukan sebuah solusi yaitu membuat regulasi yang bertujuan untuk menjaga stabilitas ruang serta menjaga eksistensi bagi kelompok mereka.

Flightstein dijelaskan bahwa aktor – aktor sosial melakukan tindakan berupa tindakan strategis untuk menciptakan bidang – bidang strategis mereka. Tindakan strategis merupakan sebuah cara di mana para aktor yang terampil menggunakan empati dan kapasitas untuk membentuk dan menyebarkan makna dan identitas bersama

secara strategis dalam pelayanan proyek-proyek institusional dalam bidang-bidang.³⁵ Tindakan strategis juga dipengaruhi oleh mobilisasi serta keterampilan sosial para aktor sosial khususnya dalam menjalin hubungan dan interaksi dengan aktor lain. Dengan melakukan tindakan strategis tersebut, makna dan identitas aktor sosial meningkat sehingga mereka dapat menciptakan bidang mereka sendiri dalam ruang. Selain persaingan, aktor – aktor sosial dalam ruang publik juga melakukan tindakan sosial yang mana bertujuan untuk membuat bidang mereka sendiri.

I.5.3 Pemanfaatan Teknologi Pada Bisnis *Sharing Economy*

Perusahaan bisnis pada umumnya memiliki sesuatu sistem pembagian yang dimana mengatur pengelolaan bisnis yang dijalankan mereka salah satu sistem bisnis yang digunakan dalam sebuah perusahaan adalah sistem *sharing Profit*. Sistem *sharing profit* dijelaskan oleh Alex Stephany yaitu merupakan sistem yang mengambil nilai dalam mendistribusikan sebuah asset yang kurang dimanfaatkan lalu dimanfaatkan secara online ke komunitas sehingga menjadi sebuah keuntungan bagi pemilik asset tersebut.³⁶ Selain itu, sitem *sharing profit* juga dijelaskan oleh Kruse dalam Alberto Bayo-Moriones dan Martin Larraza-Kintana yaitu sebagai sebuah sistem dimana pendistribusian laba atau keuntungan organisasi yang didapatkan kepada karyawan dalam sebuah perusahaan.³⁷ Maka dari itu, penghasilan yang didapat para pekerja atau

³⁵ Neil Fligstein, Doug McAdam, *Op.Cit.* Hlm. 87.

³⁶ Alex Stephany, 2015, *The Business of Sharing*, New York: Palgrave Mcmillan Press, Hlm. 9.

³⁷ Alberto Bayo-Moriones dan Martin Larraza-Kintana, 2009, *Profit-Sharing Plans And Affective Commitment: Does The Context Matter?*, Human Resource Management, Vol. 48, No. 2, diakses pada tanggal 3 Febuuari 2020.

karyawan berdasarkan hasil pembagian keuntungan yang didapat perusahaan. Menurut Alex Stephany sistem *profit sharing* terdiri dari lima komponen penting yang dimana mempengaruhi berjalanya sistem tersebut dalam perusahaan.

Komponen pertama dalam sistem *profit Sharing* adalah adanya nilai. Nilai yang dimaksud menurut Alex adalah nilai ekonomi berupa timbal balik antara konsumen dan produsen. Produsen disini merupakan perusahaan yang mana memproduksi barang atau jasa sebagai produk keuntungan mereka. Oleh karena itu timbal balik yang diperoleh adalah konsumen mendapatkan barang atau jasa yang ditawarkan perusahaan, sedangkan produsen mendapat keuntungan dari barang atau jasa tersebut.

Komponen kedua adalah adanya asset yang kurang dimanfaatkan. Asset merupakan segala hal yang dimiliki oleh perusahaan baik itu makhluk hidup maupun benda mati. Alex menjelaskan bahwa segala platform dalam bentuk apapun merupakan asset yang dimiliki perusahaan. Asset merupakan nilai tambah yang dimiliki perusahaan dalam memperoleh keuntungan maka dari itu, perusahaan dapat memanfaatkan seluruh asset yang dimilikinya secara maksimal.

Komponen ketiga adalah adanya aksesibilitas online. Aksesibilitas online merupakan hal yang penting dalam sistem ini karena untuk memanfaatkan asset yang dimiliki perusahaan membutuhkan sebuah akses. Membuka akses bagi perusahaan dapat diartikan sebagai menjual sebuah asset perusahaan sebagai bentuk memperoleh keuntungan.

Komponen keempat adalah adanya komunitas. Komunitas merupakan salah satu komponen penting karena adanya asset dan aksesibilitas online yang dimiliki

perusahaan tidak cukup untuk menjalankan sistem. Aset yang dimiliki perusahaan perlu bergerak kedalam komunitas atau masyarakat sehingga penawaran dan permintaan terpenuhi dan transaksi dapat terjadi.

Komponen kelima. Adalah berkurangnya rasa kepemilikan. Menurut alex apabila asset dapat diakses dalam suatu komunitas akan mengurangi kebutuhan untuk memiliki asset tersebut.³⁸ dapat dicontohkan seperti perusahaan jasa transportasi berbasis online. Perusahaan yang bergerak dalam bidang tersebut menawarkan jasa transportasi bagi komunitas untuk pergi kesuatu tempat. Karena komunitas dapat mudah mengakses jasa tersebut menciptakan sebuah kondisi dimana kebutuhan komunitas untuk memiliki alat transportasi pribadi menjadi berkurang.

Sistem sharing profit dapat diterapkan dalam dua model perusahaan. Menurut Alex Stephany sistem ini dapat diterapkan pada model perusahaan *Business to Consumer* (B2C) dan *Peer to Peer* (P2P).³⁹ Model perusahaan *Business to Consumer* (B2C) adalah merupakan transaksi jual beli melalui internet antara penjual barang atau jasa konsumsi dengan konsumen.⁴⁰ Sedangkan model *Peer to Peer* (P2P) merupakan transaksi melalui internet yang mana mempertemukan penjual dan pembeli secara digital. Oleh karena itu, pemanfaatan teknologi dalam bisnis *sharing economy* tidak

³⁸ Alex Stephany, Op Cit, Hlm. 11.

³⁹ Alex Stephany, Ibid. Hlm 12.

⁴⁰ Marhamah dkk, 2016, *Sistem E-Commerce B2C Pada Pt. Harapan Sentosa Nusantara Jakarta Pusat*, Studia Informatika: Jurnal Sistem Informasi, Vol.9, No.2 dalam journal.uinjkt.ac.id, diakses pada tanggal 3 Febuari 2020.

bisa lepas karena teknologi merupakan salah satu unsur penting dalam memperoleh keuntungan maupun mengatur sistem pembagian hasil bagi karyawan.

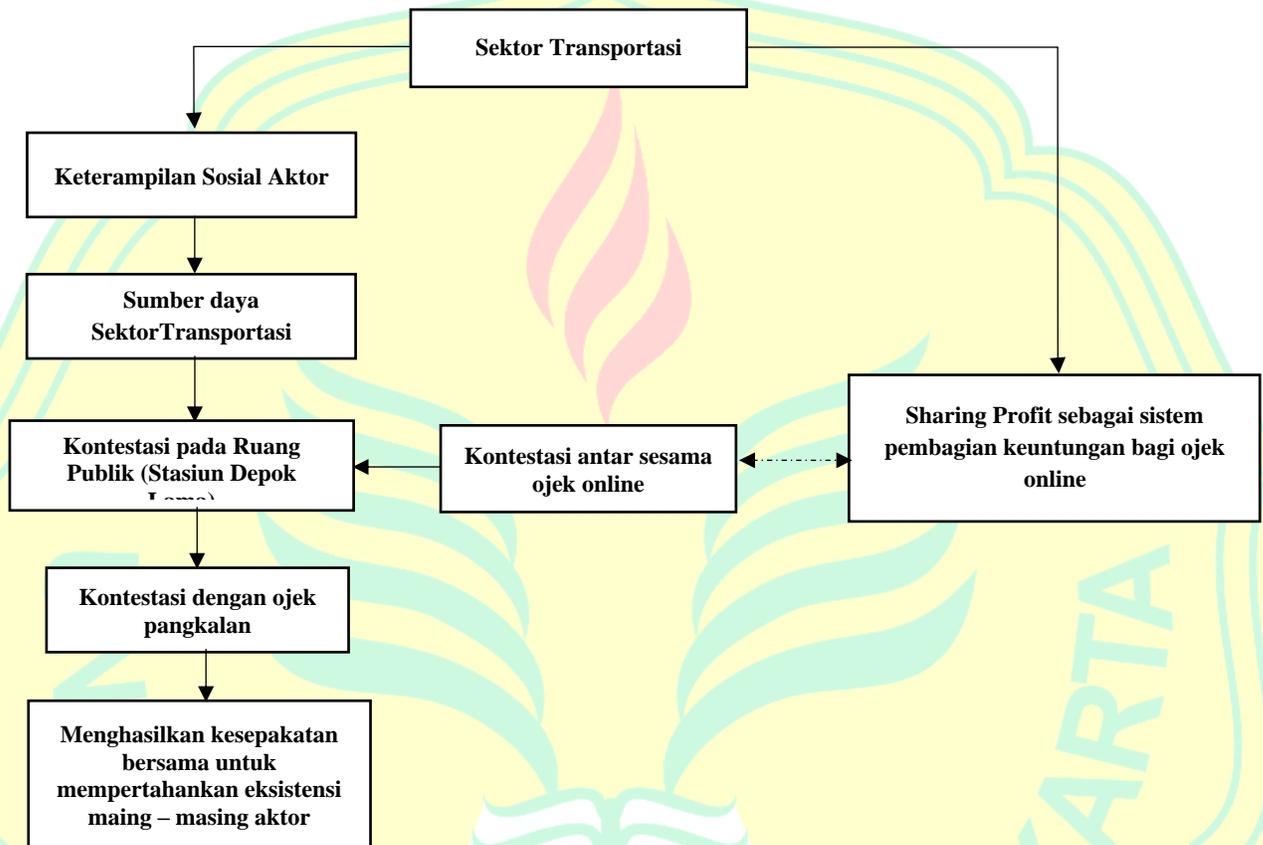
I.5.4 Hubungan Antar Konsep

Untuk lebih jelas ya dapat dilihat melalui skema 1.1 yang mana dijelaskan bahwa Perkembangan teknologi di era digital seiring berjalanya waktu pengembangan teknologi khususnya teknologi informasi dan komunikasi mulai dimanfaatkan oleh para pengusaha yang bergerak dalam bidang komunikasi sebagai produk untuk mencari keuntungan. Maka dari itu kemajuan teknologi dipandang sebagai peluang ekonomi bagi para pengusaha. Maka dari itu, perkembangan teknologi merupakan merupakan awal yang mendorong terciptanya salah satu sektor usaha yaitu perusahaan transportasi online.

Perusahaan transportasi online menghasilkan sebuah produk jasa transportasi dengan menggunakan alat transportasi. Transportasi online merupakan transportasi yang dimana dapat menjangkau manusia dimana pun berada tanpa harus menunggu pada sebuah tempat pemberhentian. Salah satu jenis transportasi online yang saat ini sedang berkembang di masyarakat adalah adanya Ojek Online. Transportasi online ini menggunakan sebuah alat dan fitur berupa aplikasi yang dapat diakses melalui *smartphone*.

Skema 1.1

Kontestasi pada Sektor Transportasi dalam Stasiun Depok Lama



Sumber: Diolah dari Kerangka Konsep (2020)

Sistem yang diterapkan perusahaan transportasi online berupa sistem *Sharing Profit* yaitu pembagian hasil kepada karyawan atau pekerja perusahaan. Sistem profit sharing merupakan sistem bagi hasil yang dilakukan perusahaan bagi karyawan tergantung hasil pendapatan yang ia peroleh. Tolak ukur pendapatan tersebut adalah banyaknya jumlah order yang didapat oleh ojek online. Semakin banyak order yang didapat maka semakin banyak pendapatan yang didapat oleh pengemudi ojek online.

Berdasarkan pemanfaatan sumber daya tersebut, tentunya menimbulkan sebuah kontestasi atau persaingan yang terjadi di antara pengemudi ojek online maupun dengan ojek pangkalan. Kontestasi yang terjadi pada driver ojek online dan ojek pangkalan dapat dilihat pada persaingan untuk memperoleh pekerjaan sebagai driver dan dalam hal memperoleh keuntungan. Persaingan tersebut menghasilkan konflik yang terjadi antar kedua belah pihak oleh karena itu, terdapat sebuah peraturan atau regulasi yang disepakati oleh kedua belah pihak tersebut.

I.6 Metodologi Penelitian

Metode yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan jenis deskriptif, yaitu penelitian dilakukan dengan pencarian data secara detail dan sistematis pada suatu fenomena permasalahan dalam masyarakat serta mendeskripsikannya secara lengkap dan jelas menurut hasil temuan yang ada di lapangan. Metode kualitatif merupakan metode yang mana berusaha untuk memahami dan menafsirkan makna dari suatu peristiwa yang melibatkan perilaku manusia dalam situasi tertentu menurut pandangan peneliti.⁴¹ Maka dari itu, metode kualitatif adalah metode yang digunakan untuk meneliti sebuah fenomena yang terkait langsung pada manusia secara individu. Selanjutnya, penelitian deskriptif kualitatif berusaha untuk menguraikan hasil temuan yang didapat peneliti di lapangan dengan kata – kata yang

⁴¹ Husaini Usman dan Purnomo Setiady Akbar, 2009, Metodologi Penelitian Sosial (edisi kedua), Bumi Aksara, Jakarta, hlm. 78.

diucapkan oleh narasumber berdasarkan pertanyaan penelitian secara nyata tanpa rekayasa dari peneliti.⁴²

Berdasarkan penjelasan di atas, penelitian yang peneliti lakukan bertujuan untuk menggambarkan atau mendeskripsikan sebuah fenomena yang terjadi di lapangan lalu menjelaskanya secara nyata dan sistematis. Peneliti menggunakan metode ini karena dalam penelitian yang dilakukan membutuhkan data dan informasi yang mendalam dari narasumber sehingga penulis dapat mendeskripsikan penelitian ini yaitu tentang kontestasi atau persaingan pada sektor transportasi online khususnya yang terjadi pada pengemudi ojek online dan ojek pangkalan. Peneliti juga akan melakukan analisis dengan teori dan konsep yang relevan dengan penelitian peneliti bahas.

I.6.1 Subjek Penelitian

Subjek penelitian merupakan sebuah bagian yang sangat penting dalam suatu penelitian. Subjek penelitian adalah narasumber atau sumber data dan informasi yang dibutuhkan oleh peneliti untuk mengetahui permasalahan yang dibahas dalam penelitian. Informan atau narasumber adalah orang yang mengetahui dan bersedia memberikan informasi tentang data yang ingin didapat oleh peneliti serta tentunya berkaitan dengan permasalahan pada penelitian yang dilakukan.⁴³

Peneliti menetapkan beberapa narasumber atau informan yang terdiri dari tujuh informan kunci yang terdiri dari tiga pengemudi ojek Pangkalan diantaranya adalah

⁴² Ibid., hlm. 130.

⁴³ M. Idrus, 2009, Metode Penelitian Ilmu Sosial, Yogyakarta: PT. Gelora Aksara Pratama, hlm. 91.

Bapak Anwar, Bapak Helmi dan Bapak Suyanto. Bapak Anwar merupakan pengemudi ojek pangkalan di Stasiun Depok Lama selain itu, dia juga menjabat sebagai ketua paguyuban. ojek pangkalan di Stasiun Depok Lama. sedangkan Bapak Helmi dan Bapak Suyanto merupakan salah satu ojek pangkalan yang beroperasi di Stasiun Depok Lama sehingga mengetahui kondisi rill ojek pangkalan di Stasiun Depok Lama.

Kemudian Tiga orang orang Pengemudi Ojek online yaitu Bapak Rendi, Bapak Ridwan dan Bapak Tio. Bapak Rendi merupakan salah satu pengemudi ojek online di Stasiun Depok Lama. Selain itu, ia juga menjabat sebagai salah satu pengurus *shellter* dan komunitas ojek pangkalan di Stasiun Depok Lama, sedangkan bapak Ridwan dan Bapak Tio merupakan pengemudi ojek online di Stasiun Depok Lama sehingga mereka mengetahui kondisi secara rill ojek online di Stasiun Depok Lama.

Terakhir adalah satu orang Staff yang bekerja di Stasiun Depok Lama yaitu Bapak Choiri. Bapak Choiri merupakan salah satu staff yang bekerja di Stasiun Depok Lama di bidang perparkiran. Selain itu ia juga merupakan salah satu warga yang sudah lama tinggal di sekitar Stasiun Depok Lama sehingga ia mengetahui sejarah serta perkembangan yang terjadi di Stasiun Depok Lama khususnya terkait ojek pangkalan dan ojek online.

Tabel 1.3

Karakteristik Informan

No	Nama	Posisi	Peran dalam Penelitian
1	Bapak Choiri	Staff Stasiun Depok Lama dan Warga Sekitar	Memberikan Informasi terkait: <ul style="list-style-type: none"> - Sejarah Stasiun Depok Lama - Gambaran Sosial Stasiun Depok Lama - Perubahan infrastruktur dan Sosial Stasiun Depok Lama - Perkembangan Stasiun Depok Lama - Ojek pangkalan di Stasiun Depok Lama - Ojek Online di Stasiun Depok Lama - Kontestasi Ojek di Stasiun Depok Lama
2	a. Bapak Anwar b. Bapak Helmi c. Bapak Suyanto	a. Pengemudi Ojek pangkalan di Stasiun Depok Lama dan Ketua Paguyuban Ojek Pangkalan Stasiun Depok Lama.	Memberikan informasi terkait: <ul style="list-style-type: none"> - Sejarah Stasiun Depok Lama - Sejarah Ojek pangkalan - Kondisi ojek pangkalan - Perkembangan Ojek pangkalan - Data pribadi - Kondisi sosial ekonomi keluarga ojek pangkalan

		<p>b. Pengemudi Ojek pangkalan di Stasiun Depok Lama</p> <p>c. Pengemudi Ojek pangkalan di Stasiun Depok Lama</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Kontestasi antar Ojek pangkalan - Kontestasi ojek pangkalan dengan ojek online - Konflik Ojek pangkalan dan Ojek online - Proses terjadinya konflik - Penyelesaian konflik - Sumberdaya Ojek pangkalan - Bentuk Strategi Bersaing Ojek pangkalan - Sumber daya Dominan Ojek Pangkalan
3	<p>a. Bapak Rendi</p> <p>b. Bapak Ridwan</p> <p>c. Bapak Tio</p>	<p>a. Pengemudi Ojek online Stasiun Depok Lama dan Pengurus Shellter serta komunitas Ojek online Stasiun Depok Lama</p> <p>b. Pengemudi Ojek online Stasiun Depok Lama</p>	<p>Memberikan informasi terkait:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sejarah Ojek online - Kondisi ojek Online - Perkembangan Ojek online - Data pribadi - Kondisi sosial ekonomi keluarga ojek Online - Kontestasi antar Ojek online - Kontestasi ojek online dengan ojek pangkalan

	c. Pengemudi Ojek online Stasiun Depok Lama	<ul style="list-style-type: none"> - Konflik ojek online dengan ojek pangkalan - Proses terjadinya konflik - Penyelesaian konflik - Sumberdaya Ojek online - Sistem Sharing Profit perusahaan ojek online - Bentuk Strategi Bersaing ojek online - Sumber Daya Dominan Ojek online
--	---	---

Sumber: Diolah oleh Penulis (2020)

I.6.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Stasiun Depok Lama yang merupakan salah satu ruang publik. Stasiun Depok Lama merupakan Stasiun yang sudah ada sejak jaman dahulu dan menjadi salah satu stasiun utama di Kota Depok. Oleh karena itu Stasiun Depok Lama menjadi salah satu ruang publik terbesar di kota Depok. Selain itu, Stasiun Depok Lama telah mengalami perubahan kondisi yang cukup signifikan dari tahun ke tahun sehingga banyak aktor – aktor ekonomi yang ingin memperoleh kekuasaan dalam ruang publik tersebut. Terdapat dua aktor ekonomi yang memiliki kekuasaan terbesar khususnya di bidang transportasi pada Stasiun Depok Lama yaitu ojek pangkalan dan ojek online. Kedua aktor tersebut seringkali mengalami konflik untuk memperebutkan

sewa penumpang dan mempertahankan eksistensi di Stasiun Depok Lama. Berdasarkan hal ini, peneliti tertarik untuk melihat kontestasi yang terjadi di Stasiun Depok Lama. Peneliti melakukan penelitian ini pada bulan februari 2020 -Mei 2020 dengan melakukan wawancara dan observasi langsung untuk mengetahui fenomena yang dibahas dalam penelitian ini.

I.6.3 Peran Peneliti

Peneliti dalam penelitian ini memiliki peran sebagai pelaku dari penelitian. Peneliti berupaya mencari informasi tentang kontestasi yang terjadi antara driver ojek online dengan ojek pangkalan serta mengetahui apa yang mempengaruhi kondisi tersebut. Peneliti melakukan pengamatan secara langsung dengan terjun ke lapangan untuk mendapatkan data yang dibutuhkan secara nyata dan maksimal sehingga peneliti dapat mengetahui lebih dalam terkait seluk beluk belum menjadi pengemudi ojek online dan ojek pangkalan dari profil pengemudi, persaingan yang terjadi di kalangan ojek online dan ojek pangkalan di Stasiun Depok Lama, hingga regulasi apa saja yang mengatur kontestasi tersebut sehingga peneliti memperoleh data tentang apa yang mempengaruhi persaingan di kalangan pengemudi ojek online dan ojek pangkalan. Oleh karena itu, Dalam penelitian ini peneliti berperan sebagai pelaksana instrumen dari perencanaan hingga pelaporan hasil penelitian.

I.6.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari sebagai berikut.

1. Observasi

Observasi merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan melihat langsung kondisi yang terjadi secara langsung di lapangan. Pengumpulan data observasi cukup penting untuk mengamati narasumber atau informan maupun yang berkaitan dengan permasalahan penelitian yang dibahas. Maka dari itu, pengumpulan data dilakukan melalui penglihatan, dan pengamatan dengan indera secara langsung yang dalam hal ini adalah kontestasi pada pengemudi ojek online.

2. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan tanya jawab dengan orang yang mengetahui dan paham terkait permasalahan yang dibahas dalam penelitian. Teknik wawancara dapat dilakukan dengan 2 orang atau lebih tergantung kemampuan peneliti untuk memperoleh data. Melalui proses wawancara ini peneliti akan memperoleh data dari narasumber atau informan dalam berbagai konteks, sehingga data yang diperoleh tentunya akan beragam. Maka dari itu teknik wawancara dalam penelitian ini merupakan teknik pengumpulan data yang sangat penting dalam mengetahui kontestasi yang terjadi pada driver ojek online.

3. Dokumentasi dan Studi Kepustakaan

Teknik Pengumpulan data dengan dokumentasi dan studi kepustakaan adalah pengumpulan data yang diperoleh dari sumber – sumber dokumen. Data – data yang diperoleh berasal dari buku, gambar, foto, berita, jurnal, artikel, hasil rekaman, field

note, memo. Data yang didapat tersebut tentunya relevan dengan penelitian yang akan peneliti bahas sehingga bisa menjadi referensi terhadap penelitian ini.

I.6.5 Teknik Analisis Data

Setelah melakukan pengumpulan data yang didapat dari observasi, wawancara, dokumentasi dan studi kepustakaan, selanjutnya peneliti melakukan analisis data. Analisis data dilakukan dengan teknik analisis data kualitatif. Analisis data dilakukan untuk menyaring data yang didapat dari proses observasi data lapangan, wawancara dengan informan, dan data dari dokumen yang didapat lalu dibuat sebuah abstraksi. Analisis dilakukan dengan saling mengaitkan hasil data primer maupun sekunder yang didapat dengan teori dan konsep yang digunakan oleh peneliti.

I.6.6 Kerangka Penelitian

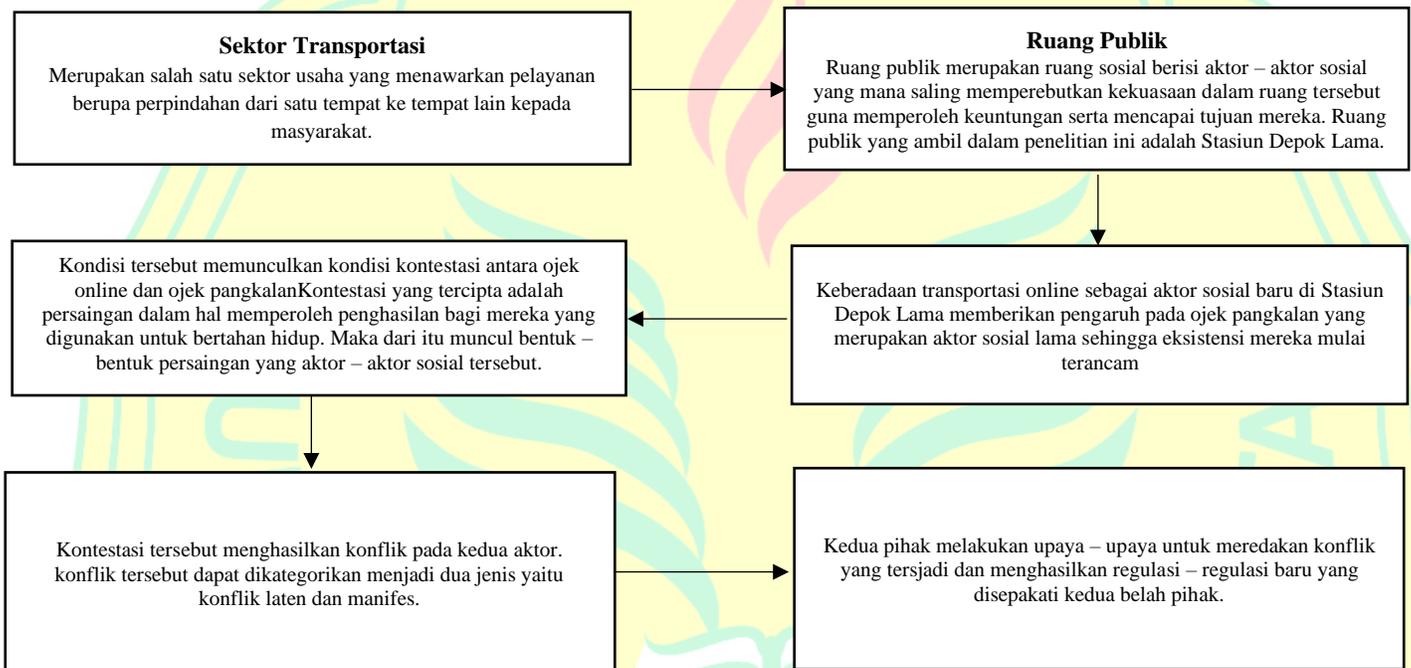
Penelitian yang baik tidak hanya berfokus pada pengumpulan data dan triangulasi data, tetapi juga diperlukan sebuah kerangka penelitian. Kerangka penelitian diperlukan agar penelitian yang dilakukan tetap berfokus pada apa yang telah dirumuskan, selain itu kerangka penelitian juga bertujuan untuk para pembaca dengan mudah dapat memahami isi dari penelitian serta menguji keilmiahannya dari penelitian.

Rumusan kerangka penelitian merupakan salah satu bagian yang penting. Kerangka penelitian dapat dibuat dari kerangka pikir yang peneliti buat. Kerangka pikir disusun berdasarkan premis ilmiah yang telah diuji kebenarannya dan keasliannya. Oleh karena itu kerangka pikir sangat bermanfaat untuk menghubungkan faktor –

faktor yang berhubungan dengan permasalahan sehingga mempermudah peneliti dalam membuat penelitian.

Skema 1.2

Kerangka Berpikir penelitian



Sumber: Hasil Analisis Peneliti (2020)

Berdasarkan skema 1.2 tersebut peneliti berangkat dari pemikiran perkembangan teknologi di era digital telah berkembang dengan pesat. Menurut perkembangannya, awal mula perkembangan teknologi dimanfaatkan manusia hanya pada bidang militer yang digunakan sebagai pertahanan sebuah negara. Seiring berjalannya waktu pengembangan teknologi pun terus dilakukan dan mengalami transformasi pemanfaatan yang dimana hanya digunakan sebagai alat militer menjadi penunjang untuk mempermudah kehidupan sehari – hari manusia. Hasil dari transformasi

pemanfaatan tersebut membuat kemajuan di berbagai bidang salah satunya adalah bidang Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK). Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi ini mulai dimanfaatkan oleh para pengusaha yang bergerak dalam bidang komunikasi sebagai produk untuk mencari keuntungan. Maka dari itu Kemajuan teknologi dipandang sebagai peluang ekonomi bagi para pengusaha.

Seiring perkembangan waktu kemajuan teknologi informasi dan komunikasi mulai merambah pada perusahaan sektor transportasi. Hal ini memunculkan ide untuk menciptakan sebuah transportasi yang dimana dapat menjangkau seluruh manusia dimana pun berada sehingga memunculkan transportasi online. Transportasi online merupakan transportasi yang dimana dapat menjangkau manusia dimana pun berada tanpa harus menunggu pada sebuah tempat pemberhentian. Salah satu jenis transportasi online yang saat ini sedang berkembang di masyarakat adalah adanya Ojek Online. Transportasi online ini menggunakan sebuah alat dan fitur yang merupakan hasil dari pengembangan teknologi informasi dan komunikasi yaitu smartphone dan aplikasi yang perlu digunakan dengan bantuan internet.

Transportasi merupakan jenis transportasi baru yang mulai beroperasi dan bersaing dalam ruang publik. Ruang publik yang dimaksud adalah sosial berisi aktor – aktor sosial yang mana saling memperebutkan kekuasaan dalam ruang tersebut guna memperoleh keuntungan serta mencapai tujuan mereka. Ruang publik dalam hal ini merupakan ruang publik yang memiliki keuntungan bagi perusahaan transportasi online. Dalam penelitian ini, ruang publik yang peneliti ambil sebagai lokasi penelitian adalah Stasiun Depok Lama. Stasiun Depok Lama merupakan salah satu ruang publik

di kota Depok, oleh karena itu Stasiun Depok Lama dapat dikategorikan sebagai ruang publik yang strategis sehingga transportasi online sering ditemui di ruang tersebut. Keberadaan ojek online sebagai jenis transportasi baru Keberadaan transportasi online sebagai aktor sosial baru di Stasiun Depok Lama memberikan pengaruh pada ojek pangkalan yang merupakan aktor sosial lama khususnya dalam memperoleh keuntungan sehingga eksistensi ojek pangkalan mulai terancam. Ojek pangkalan tentunya melakukan tindakan – tindakan yang bertujuan menjaga eksistensi mereka dan menghasilkan kontestasi antara kedua aktor tersebut.

Kontestasi yang kedua tersebut dilakukan dengan memanfaatkan Sumber daya yang masing – masing mereka miliki. Keberlangsungan kontestasi antara ojek online dan ojek pangkalan telah berlangsung lama sehingga mulai muncul konflik – konflik yang terjadi antara kedua aktor. kontestasi yang berujung pada konflik menyebabkan masalah bagi stabilitas sosial ruang publik, oleh karena itu agar stabilitas ruang publik tetap terjaga kedua belah pihak melakukan upaya guna meredakan konflik. Hasil dari upaya – upaya tersebut menghasilkan regulasi – regulasi baru yang mana disepakati oleh kedua belah pihak sehingga konflik dapat diredam dan stabilitas ruang publik tetap terjaga.

1.6.7 Keterbatasan Penelitian

Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode pengumpulan data yang dimana dilakukan dengan cara bertatap muka langsung dengan informan dan observasi dengan kondisi yang ada dilapangan. Oleh karena itu, terdapat keterbatasan penelitian pada penelitian ini yaitu terbatasnya data yang peneliti peroleh. Hal ini dikarenakan

bahwa selama waktu pengumpulan data dilakukan pada masa pandemi virus Covid-19 sehingga kondisi dilapangan pada saat itu sedang dilakukan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). Karena hal tersebut, peneliti menggunakan beberapa data sekunder untuk menutupi keterbatasan data yang peneliti dapat. Oleh karena itu, peneliti harap kepada pembaca untuk memaklumi kekurangan serta keterbatasan pada penelitian ini.

I.7 Sistem Penelitian

Penelitian ini terdiri dari tiga bagian yaitu pendahuluan, isi dan penutup. Ketiga bagian tersebut disajikan dalam lima bab dan beberapa subbab dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

Bab I, dalam bab ini terdapat beberapa sub bab yang menjelaskan tentang latar belakang penelitian yang peneliti kaji. Dari latar belakang penelitian tersebut peneliti mendapati sebuah permasalahan yang menjadi fokus penelitian. Lalu, permasalahan tersebut menghasilkan dua pertanyaan penelitian yang bertujuan untuk memfokuskan peneliti dalam mengkaji permasalahan. Selanjutnya terdapat juga penelitian, tinjauan pustaka sejenis, kerangka konsep, metode penelitian dan sistematika penulisan.

Bab II, berisi tentang deskripsi mengenai gambaran umum dari sektor transportasi di Stasiun Depok Lama. Dalam hal ini peneliti melakukan penelitian pada pengemudi ojek pangkiaan dan ojek online Grab yang beroperasi di Stasiun Depok Lama. Dalam sub bab pada bab ini berisi tentang sejarah Stasiun Depok Lama, Setting

sosial Stasiun Depok Lama, sejarah Ojek di Stasiun Depok Lama, dan latar belakang sosial ekonomi keluarga pengemudi ojek di Stasiun Depok Lama.

Bab III berisi tentang deskripsi mengenai hasil temuan di lapangan yaitu bagaimana kontestasi pada sektor transportasi di Stasiun Depok Lama.

Bab IV, berisi tentang analisis peneliti dalam mengaitkan hasil temuan peneliti dengan teori atau konsep yang berkaitan. Peneliti akan menggunakan teori ruang, konsep kontestasi, konsep keterampilan sosial, dan konsep tindakan strategis dalam menjelaskan kaitan kontestasi dengan tindakan strategis yang ojek pangkalan dan online lakukan.

Bab V merupakan bagian penutup yang berisi tentang kesempatan peneliti dalam menyimpulkan hasil laporan penelitian secara keseluruhan. bab ini berisi kesimpulan yang merupakan jawaban dari pertanyaan penelitian.