

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1.1 Tingkat pendapatan ojek *offline* di Soreang sebelum dan sesudah adanya ojek *online*

Ojek *offline* adalah para pekerja transportasi ojek yang biasanya berkumpul atau menetap di sebuah jalan yang sekiranya banyak akan mendapat penumpang. Biasanya ojek *offline* ini bertempat didepan komplek, atau depan gang, pasar, dan lain-lain.

Ojek *offline* di Kecamatan Soreang sangat mendominasi disetiap sudut Kota, kemanapun kita pergi sangat mudah menjumpai tukang ojek mulai dari yang sedang berada di pangkalan maupun yang sedang dijalanan. Umumnya warga kecamatan Soreang yang tidak memiliki kendaraan pribadi lebih memilih menggunakan transportasi ojek dibandingkan dengan transportasi umum lainnya untuk bepergian ketujuan masing-masing dan pada saatitu para tukang ojek dengan sangat mudah mendapatkan para penumpangnya. Dengan berkembangnya teknologi yang semakin canggih hadirilah terobosan baru untuk mempermudah masyarakat yaitu ojek *online* yang sedang marak saat ini. Dari keadaan itu membuat tukang ojek *offline* tersaingi dan penumpang lebih memilih menggunakan ojek *online* yang lebih memudahkan penumpang mendapatkan ojek *online* hanya menggunakan *smartphone* tanpa harus keluar rumah.

Sistem pada ojek *offline* adalah calon penumpang harus datang sendiri ke pangkalan ojek untuk meminta diantar ketempat tujuan. Selain itu, untuk tarif harus melalui proses tawar menawar. Pada penetapan tarif yang dikenakan driver ojek *offline* biasanya dilakukan proses penetapan dan kesepakatan harga yang biasanya

dilakukan oleh kedua belah pihak, persoalan penetapan harga juga ditentukan berdasarkan jarak tempuh. Seperti yang diutarakan oleh driver ojek *offline* yang diuraikan dibawah ini:

“Pokoknya tergantung jaraknya saja kalau dekat jaraknya yah 5 ribu biasanya tapi kalau lumayan jauh jaraknya yah sekitar 10 ribu- 15 ribu”.¹

Uraian hasil penelitian diatas dapat diberikan sebuah penjelasan bahwa, untuk penetapan tarif masih dilakukan secara manual melalui tahap tawar-menawar harga, penetapan harga pula masih dipatok berdasarkan jarak tempuh driver, jika konsumen memiliki tujuan perjalanan yang jauh maka kecenderungan harga yang dipatok tinggi dan begitu pula sebaliknya. Kondisi tersebut berbeda dengan sistem pemesanan ojek *online* yang cukup melalui aplikasi di telepon genggam. Untuk tarifnya pun sudah ditentukan oleh sistem pada aplikasi tersebut sehingga memudahkan penumpang. Sehingga dengan pemanfaatan aplikasi tersebut juga menjadi salah satu indikator pembeda antara praktik ojek *online* dan ojek *offline*.

Persaingan antara ojek *online* dan ojek *offline* semakin dirasakan tidak seimbang. Hal itu dapat dilihat dari pendapatan masing-masing jasa. Bahkan pengemudi ojek *offline* memberikan pengakuan bahwa pendapatannya turun seiring dengan semakin eksis dan populernya ojek *online*. Hal tersebut sebagaimana diungkapkan oleh salah satu informan yaitu Adi dalam kutipan wawancaranya, dengan mengatakan bahwa:

“Tidak adami penumpang semenjak adanya ojek *online* itu sendiri. Sebelum adanya ojek *online* biasanya penumpang saya dapat 5-10 penumpang perhari tapi semenjak adanya itu ojek *online* paling banyakmi itu kudapat 3 penumpang 1 hari”.²

Penjelasan Adi diatas semakin meneguhkan suatu asumsi bahwa keberadaan ojek *online* sangat berpengaruh signifikan terhadap ojek *offline*. Hal itu dapat dilihat

¹ Amir, Tukang Ojek *Offline*, Wawancara 29 September 2020.

² Adi, Tukang Ojek *Offline*, Wawancara 29 September 2020.

dari tingkat pendapatan dan perolehan penumpang pengguna jasa ojek. Sebelum maraknya ojek *online*, driver seperti Adi dapat mengantongi pendapatan sekitar 100-150 ribu perhari tapi setelah adanya persaingan dengan ojek *online* maka kisaran pendapatannya hanya berada di angka 50-70 ribu perhari dengan maksimal penumpang hanya sampai 3 orang perhari. Pendapatan itu sebelum adanya ojek *online* juga masih dalam kategori pendapatan kotor mereka karena belum dikurangi biaya makan dan bensin.

Pernyataan diatas juga semakin diperkuat dengan adanya pernyataan salah seorang driver ojek *offline* yang mengatakan bahwa pendapatannya kian menurun bukan hanya karena adanya ojek online tapi juga ditengah maraknya pandemi COVID-19 itu sendiri. Hal itu sebagaimana diterangkan dalam hasil wawancara berikut:

“Salah satu hal yang membuat pendapatanku menurun itu bukan karena ojek online saja tapi gara-gara adanya pandemi ini na menurun pendapatane. semenjak adanya corona berkurangmi penumpang karena takut semuai mungkin keluar rumahnya. Kalua masalah ojek online tidak masalahji juga dek karena saya to adaji langganan tersendiriku, tapi yah jelas ada pengaruhnya juga terutama penumpang yang biasa banyak dijumpai dijalan lebih banyakmi napilih ojek online daripada kami”³

Berdasarkan penjelasan Kadir diatas maka bisa dikatakan bahwa salah satu faktor penurunan pendapatan dan penumpang driver ojek *offline* adalah bukan hanya karena munculnya ojek online, tetapi pendapatannya juga mengalami penurunan karena adanya pandemi. Dia memiliki langganan yang bisa menelpon untuk diantar ketempat tujuan atau untuk membelikan pesanan yang diminta langganannya.

Berdasarkan penjelasan sebelumnya terkait dengan keberadaan ojek online, tidak bisa dipungkiri bahwa ada pengaruh signifikan terhadap ojek offline, hal itu dapat dilihat dari adanya penurunan pendapat yang diperoleh oleh driver ojek offline,

³Kadir, Tukan ojek *offline*, wawancara 30 September 2020.

ditambah lagi dengan semakin menurunnya penumpang yang menginginkan jasa ojek *offline*. Akan tetapi mengenai keberadaan ojek *online* sebenarnya driver ojek *offline* tidak terlalu mempermasalahkannya selama ada koordinasi jelas yang terbangun antara sesama driver, baik itu driver ojek online maupun driver ojek offline. Hal itu sebagaimana diterangkan oleh salah seorang responden sebagaimana diuraikan dalam petikan wawancara berikut:

“Keberadaan ojek *online* tidak apaji, tetapi itu lebih bagusnya mungkin ada koordinasi sama kita ini yang tukang ojek biasa, kayak misalnya itu jarak mengambil penumpang to sebaiknya itu tukang ojek *online* janganmi ambil penumpang yang berjarak 500 meter dari pangkalan”⁴

Dalam teori persaingan sebagaimana telah diuraikan dalam kerangka teori dalam tulisan ini, salah satu faktor yang menimbulkan persaingan adalah adanya kesamaan kepentingan. Kesamaan kepentingan ini dalam hal pekerjaan ini adalah adanya satu kepentingan yang sama berkenaan dengan perolehan penumpang, keberadaan penumpang dan tingkat permintaan penggunaan jasa tentu akan mengarah pada maksimalnya pendapatan. Semakin banyak penumpang yang membutuhkan jasa tersebut maka tingkat pendapatan akan semakin meningkat pula. Akan tetapi dalam konsep persaingan yang sehat, pentingnya semua pelaku usaha untuk tunduk tunduk pada norma-norma etis yang ada sebagaimana diterangkan dalam tujuan ekonomi Islam yakni tujuan ekonomis manusia adalah suatu upaya merealisasikan kemaslahatan bersama dan menghindarkan segala hal yang menyebabkan *nafsadah* bagi sesama manusia. Olehnya itu, pentingnya untuk melihat target bisnis atau aktivitas para pelaku ekonomi, bahwa dengan adanya jasa yang ditawarkan tidak harus menganiaya pelaku usaha lainnya yang sejenis. Dengan demikian, pentingnya membangun komunikasi yang massif diantara para pelaku usaha.

⁴Baco, Tukang Ojek *Offline*, Wawancara 30 September 2020.

Dalam hal usaha jasa ojek ini, sebagaimana yang diterangkan sebelumnya bahwa semestinya driver ojek online tidak perlu melakukan ekspansi lebih jauh apalagi sampai mengeksploitasi penumpang seputar area pangkalan karena ditakutkan adanya silang pendapat yang terjadi diantara para pelaku usaha. Apalagi dengan keunggulan ojek online, ia tentu bisa menjangkau penumpang dalam area yang lebih luas dengan memanfaatkan aplikasi yang ia miliki tanpa harus mengarahkan target pasarnya ke area usaha ojek *offline*. Maka wajar ketika driver ojek *offline* berpendapat bahwa ojek *online* memang sudah mengambil sebagian besar penumpang mereka. Hal itu bisa terjadi karena ojek *offline* tidak bisa menyaingi layanan yang diberikan ojek online. Berkenaan dengan itu dapat dilihat dari petikan wawancara dibawah;

“Tidak bisa disaingi ojek *online* dek karena mereka itu to banyak sekali sistemnya bukan cuman itu antar penumpang tapi antar makanan juga, paket jadi itumi na kalahkanki juga ojek *online*”.⁵

Produk beragam yang ditawarkan oleh jasa ojek online menjadi salah satu faktor penunjang keberhasilan driver ojek *online*, sementara ojek *offline* tidak memiliki fitur yang sama sehingga mereka tidak bisa bersaing dengan ojek *online* karena ojek *online* memiliki banyak fitur seperti *Grabbike* (layanan transportasi motor *online*/ ojek *online*), *GrabCar* (layanan mobil pribadi yang disewa untuk perjalanan dari satu tempat ke tempat lainnya), dan *GrabFood* (layanan pesan antar makanan yang telah bekerjasama dengan beberapa restoran) dan pelayanan yang diberikan ojek *online* lebih memuaskan dibandingkan dengan ojek *offline* itu sendiri.

Mereka juga meyakini bahwa dengan memberikan dan memperbaiki pelayanan yang baik dan memuaskan, mereka akan mendapatkan loyalitas penumpang. Selain itu sikap dan penampilan yang sopan dan santun saat berhadapan

⁵ Ismail, tukang ojek *offline*, Wawancara 30 September 2020.

dengan konsumen juga menjadi salah satu upaya mereka agar konsumen kembali menggunakan jasa ojek *offline*.

Hadirnya ojek *online* direspon cukup baik tapi ada juga yang tidak merespon dengan baik kehadirannya, seperti penumpang ojek *offline*. Penumpang yang sudah berlangganan lama pada satu usaha yang signifikan meskipun dihadapkan pada fitur yang lebih baru tetapi menjadikan konsumen untuk menjatuhkan pilihannya pada produk yang baru tersebut. Dalam teori persaingan disebut *customer loyalty* dalam artian usaha yang sudah berdiri dan memiliki konsumen yang loyal menjadikan konsumennya sulit menjatuhkan pilihannya pada jenis usaha baru apalagi yang memiliki kualifikasi yang identic seperti jasa ojek *online* dan ojek *offline* tersebut. Berkenaan dengan konsumen yang loyal ini dapat dilihat dari petikan wawancara berikut:

“Lama meka dek langganan sama ojek terus murahji juga kurasa kalau naik ojekka daripada naik ojek onlineka apalagi tidak terlalu ku tahu bagaimana caranya pesan ojek online”⁶

Dari wawancara diatas, penjelasan pengguna angkutan ojek *offline* tersebut masih memilih ojek *offline* karena sudah lama berlangganan sama drivernya. Selain karena berlangganan, salah satu faktor yang mempengaruhi pilihan mereka adalah sulitnya mengakses informasi berbasis applikasi yang dimiliki oleh jasa ojek online. Biasanya, penumpang yang gagap teknologi dan sudah berusia lanjut lebih memilih ojek *offline* daripada ojek *online*. Sementara itu kehadiran ojek *online* juga banyak direspon dengan baik oleh sebagian masyarakat, oleh sebab itu maka sebagaian penumpang ojek *offline* beralih ke ojek *online*.

Salah satu penumpang yang beralih ke ojek *online* seperti mahasiswa, yang menggunakan jasa ojek *online* untuk diantar ke suatu tempat atau membeli makanan.

⁶ Oca, penumpang ojek *offline*, Wawancara 02 Oktober 2020.

Hal tersebut karena penggunaan ojek *online* dianggap lebih praktis dan mudah dan bisa diakses kapanpun dan dimanapun sepanjang mampu mengoperasikan aplikasi yang menghubungkan penumpang dengan driver ojek *online* tersebut.

Kemunculan ojek *online* di masyarakat ini ternyata cukup mendapat tanggapan positif dari berbagai kalangan masyarakat. Kebutuhan masyarakat akan sarana transportasi cepat, mudah, dan nyaman ternyata dapat direalisasikan oleh penyedia layanan ojek *online*. Apalagi ditengah maraknya kemajuan system informasi berbasis teknologi modern. Apalagi ditengah modernisasi seperti sekarang ini, lebih banyak pengguna jasa yang senang menggunakan jasa yang lebih mudah diakses, sebagaimana diterangkan dalam hasil wawancara berikut:

“Jika saya kekampus atau pulang dari kampus saya sering menggunakan ojek *online*. Saya sangat senang menggunakan ojek *online* karena jika saya telah selesai memakai pakaian dan siap kekampus barulah kemudian saya memesan dan menunggu sebentar kemudian barulah datang driver ojek. Apalagi kalau saya malas keluar rumah untuk beli makanan lebih baik saya memesan lewat aplikasi ojek *online*.”⁷

Wawancara diatas menjelaskan bahwa ketertarikan penumpang terhadap ojek *online* menerima baik kehadiran ojek *online* dengan memanfaatkan kecanggihan teknologi di era modern ini. Kelebihan dari ojek *online* ini semakin lama membuat penumpang ojek *offline* berkurang dan beralih ke ojek *online*. Ojek *online* dinilai cukup mudah didapatkan, karena hanya dengan menggunakan *smartphone*, ojek *online* bisa memenuhi kebutuhan masyarakat dimanapun dan kapanpun.

“Lebih efektif kurasa naik ojek *online* daripada ojek biasa Karena kalau online kaya cepatkan sampai ditempat tujuan ta”⁸

Wawancara diatas menjelaskan bahwa lebih efektif naik ojek *online* dibandingkan naik ojek *offline* karena di aplikasi ojek *online* dapat diketahui berapa waktu yang ditempuh sampai ketempat tujuan, dan rasa aman juga didapatkan karena

⁷Yuli, penumpang ojek *online*, Wawancara 01 Oktober 2020.

⁸Rida, Penumpang ojek *online*, Wawancara 01 Oktober 2020.

driver tidak ugal-ugai dalam mengendarai kendaraan jadi penumpang tidak terlalu cemas.

Walaupun ada perbedaan dalam menetapkan harga, namun pelanggan merasa bahwa tariff tersebut masih terjangkau. Perbedaan harga atau tariff ojek *online* dan ojek *offline* ini tentu akan memberikan fasilitas yang berbeda pula. Tariff ojek *online* dan ojek *offline* harus sesuai dengan fasilitas dan manfaat yang diharapkan para penggunanya. Sesuai dengan dikatakan Rasni pengguna ojek *online* dan ojek *offline* bahwa:

“Meskipun ojek *online* lebih mahal tetapi sebanding misalnya lebih cepat sampai ketempat tujuan. Namun menggunakan ojek *offline* memerlukan waktu yang agak lama tapi sebanding dengan harga/tariff yang diterapkan dan fasilitas yang terbatas.”⁹

Untuk sampai kesatu tempat ke tempat lain, terutama pada jam-jam sibuk, harga yang harus dibayarkan oleh pengguna ojek *online* bisa lebih mahal dibandingkan menggunakan ojek *offline*. Namun, masyarakat tetap menggunakan ojek *online* karena harga atau tariff masih terjangkau.

Berdasarkan pengalaman dan pengamatan yang peneliti lakukan ada beberapa keluhan terhadap ojek *offline* itu sendiri seperti kendaraan yang digunakan oleh tukang ojek *offline* berada dalam keadaan yang kurang layak. Salah satunya ialah dari mesin yang sulit dinyalakan ketika hendak beroperasi. Selain itu, fasilitas keamanan seperti helm untuk pelanggan, ternyata masih banyak yang tidak berstandar nasional Indonesia (SNI) yang membuat pelanggan was-was saat menggunakan jasa ojek *offline*.

Ojek *offline* mengakui setelah munculnya ojek *online* sebagai pesaing, hampir semua konsumen mereka beralih menggunakan ojek *online*. Rudi menuturkan bahwa ada beberapa konsumennya yang biasanya minta untuk diantar

⁹ Rasni, penumpang ojek *online*, Wawancara 01 Oktober 2020.

jemput, namun setelah adanya ojek *online* beberapa dari mereka hanya minta untuk diantar karena mereka bisa menggunakan jasa ojek *online* untuk menjemput.


“Itu penumpangku dek yang minta diantar jemput tapi semenjak adanya ojek *online* tdak maumi diantar jemput tinggal diantar mani saja nda tahu kenapa na mau I naik ojek online kalua pulangmi tidak maumi dijemput”¹⁰.

Hilangnya loyalitas pelanggan ini diakibatkan karena ketidaksiapan ojek *offline* untuk bersaing dengan ojek *online*. Tukang ojek *offline* tidak pernah ingin mengetahui keinginan pelanggan. Padahal loyalitas pelanggan itu sangat dipengaruhi oleh kepuasan pelanggan. Salah satu cara memberikan kepuasan pelanggan ialah dengan memberikan jasa yang berkualitas kepada pelanggan. Seperti komunikasi yang baik, keamanan, dan kemampuan memahami pelanggan.

Berdasarkan hasil uraian yang diperoleh melalui hasil wawancara dan terumuskan dalam rumusan masalah, maka hasil konstruktif dengan prinsip atau dasar ekonomi Islam, bisa dilihat dalam prinsip ekonomi Islam yaitu keadilan. Keadilan merupakan pilar terpenting dalam ekonomi Islam. Penegakan keadilan telah ditekankan oleh al-Qur'an sebagai misi utama para Nabi yang diutus Allah (QS.57:25), termasuk penegakan keadilan ekonomi dan penghapusan kesenjangan pendapatan. Allah yang menurunkan Islam sebagai sistem kehidupan bagi seluruh umat manusia, menekankan pentingnya penegakan keadilan dalam setiap sektor, baik ekonomi, politik maupun sosial. Komitmen al-Qur'an tentang penegakan keadilan sangat jelas. Hal itu terlihat dari penyebutan kata keadilan di dalam al-Qur'an mencapai lebih dari seribu kali yang berarti; kata urutan ketiga yang banyak disebut al-Qur'an setelah kata Allah dan 'Ilm. Bahkan, Ali Syariati menyebutkan, dua pertiga ayat-ayat al-Qur'an berisi tentang keharusan menegakkan keadilan dan membenci kezhaliman, dengan ungkapan katazhulm, itsm, dhalal,

¹⁰ Rudi, tukang ojek *offline*, Wawancara 30 september 2020.

danlain-lain. Karena itu, tujuan keadilan sosio ekonomi dan pemerataan pendapatan/kesejahteraan, dianggap sebagai bagian tak terpisahkan dari filsafat moral Islam.¹¹ Dari hasil wawancara peneliti mengenai pendapatan tukang ojek *offline* dengan tukang ojek *online* didapatkan jawaban dari beberapa tukang ojek *offline* bahwa rata-rata mengatakan tidak adil dikarenakan tukang ojek *offline* sangat sulit mendapatkan penumpang selama adanya transportasi ojek *online*. Bahkan mereka sudah berjam-jam menunggu dan mencari penumpang dipangkalan tetapi jarang mendapatkan penumpang. Berbeda dengan ojek *online*, mereka dapat bersantai-santai di tempat yang mereka inginkan hanya dengan menunggu *smartphonenya* menerima orderan dari penumpang dan pendapatan mereka malah lebih banyak dibandingkan tukang ojek *offline*. Maka seruan berbuat adil tersebut sebagaimana diterangkan dalam firman Allah SWT yang berbunyi


أَعْدِلُوا هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

Terjemahnya:

“Berlaku adillah, karena adil itu lebih dekat kepada takwa. dan bertakwalah kepada Allah, Sesungguhnya Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan”. (Q.S. Al-Maidah/5:8)¹²

Dari redaksi ayat diatas memerintahkan kepada orang mukmin agar melaksanakan amal dan pekerjaan mereka dengan cermat, jujur, dan ikhlas karena Allah, baik pekerjaan yang bertalian dengan urusan agama maupun pekerjaan yang bertalian dengan urusan duniawi. Karena hanya dengan demikianlah mereka bisa sukses dan memperoleh hasil atau balasan yang mereka harapkan. Dalam persaksian, mereka harus adil menerangkan apa yang sebenarnya, tanpa memandang siapa orangnya, sekalipun akan menguntungkan lawan dan merugikan sahabat dan kerabat.

¹¹ Keadilan Ekonomi dalam Perspektif Ekonomi Syariah: Sebuah Tinjauan Teori Suryani Dosen Jurusan Syariah Prodi Ekonomi Islam STAIN Malikussaleh Lhokseumaw (Journal), 2014, h. 12.

¹² Al-Qur'an dan Terjemahan Kementarian Agama RI, h. 107.

Selanjutnya secara luas dan menyeluruh, Allah memerintahkan kepada orang-orang yang beriman supaya berlaku adil, karena keadilan dibutuhkan dalam segala hal, untuk mencapai dan memperoleh ketenteraman, kemakmuran, dan kebahagiaan dunia dan akhirat. Oleh karena itu, berlaku adil adalah jalan yang terdekat untuk mencapai tujuan bertakwa kepada Allah.

Menurut Quraish Shihab, dalam surat al-maidah ayat 8 dinyatakan bahwa adil lebih dekat kepada takwa. Jika ada agama yang menjadikan kasih sebagai tuntunan tertinggi, Islam tidak demikian. Ini karena kasih dalam kehidupan pribadi maupun masyarakat, dapat berdampak buruk. Sedangkan adil adalah menempatkan segala sesuatu pada tempatnya. Jika seseorang memerlukan kasih, maka dengan berlaku adil kita dapat mencurahkan kasih kepadanya.¹³

Allah memerintahkan kepada orang-orang yang beriman, supaya berlaku adil, karena keadilan dibutuhkan dalam segala hal, untuk mencapai dan memperoleh ketenteraman, kemakmuran, dan kebahagiaan dunia dan akhirat. Oleh karena itu berlaku adil adalah jalan yang terdekat untuk mencapai tujuan bertakwa kepada Allah.

1.2 Tingkat persaingan driver ojek *offline* dengan driver ojek *online* yang ada di Soreang Kota Parepare

Persaingan yang dilakukan ojek *offline* dengan ojek *online* dalam persaingan mendapatkan penumpang. Kemudahan-kemudahan yang ditawarkan ojek *online* sebagai salah satu penyebab beralihnya pengguna ojek *offline* dapat memicu persaingan diantara ojek *online* dengan ojek *offline*. Kemudahan yang ditawarkan menjadi daya saing diantara kedua jenis ojek tersebut. Dimana kedua jenis ojek

¹³M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Mishbah : Pesan, Kesan dan Keserasian Al-Qur'an Vol.3*, (Jakarta: Lentera Hati, 2002), h.401.

tersebut harus berada di pusaran persaingan usaha, yang memicu kreativitas dan perlakuan berbeda dari ojek *offline* dengan dihadapkannya pada penawaran-penawaran yang ditawarkan ojek *online* kepada konsumen.

“Tidak adaji namanya persaingan sama tukang ojek lain dek apalagi ojek *online* tdak merasa disaingi jeki juga karena ada semuaji rezekinya orang yang jelas berusaha moki”¹⁴

Dari wawancara diatas dijelaskan bahwa tukang ojek *offline* merasa tidak tersaingi dengan adanya ojek *online* ditengah-tengah masyarakat karena mereka juga sudah memiliki langganan tetap yang bisa menelpon kapanpun untuk diantar. Sejalan dengan yang disampaikan Haswad juga dibenarkan oleh driver ojek *online*

“Tidak adaji persaingan kita juga yang tukang ojek *online* harus juga mengerti kalau misalkan ada masuk orderan tapi didekat situ ada pangkalan ojek sebaiknya cancelmi saja supaya tidak ada konflik saling mengerti meki saja, masa mau juga diambil lahannya orang”¹⁵

Dari wawancara diatas dijelaskan bahwa mereka harus menjaga regulasi yang ada di antara tukang ojek *online* dengan tukang ojek *offline*. Mereka tidak harus mengambil penumpang yang didekat lokasi terdapat pangkalan ojek.

Ojek *offline* mulai memutar otaknya demi terus bertahan di industri transportasi yang semakin sengit ini. Mereka tidak ingin tergusur dengan kehadiran ojek *online* yang tengah populer dikalangan masyarakat. Ojek *online* dan ojek *offline* saling bersaing dalam memberikan pelayanan jasa transportasi kepada masyarakat. Meskipun keduanya memiliki perbedaan yang sangat mendasar. Perkembangan teknologi menuntut untuk menciptakan inovasi baru agar perusahaan/pelaku usaha jasa transportasi ojek bertahan.

Ojek *Online* merupakan angkutan umum yang sama dengan ojek pada umumnya, yang menggunakan sepeda motor sebagai sarana pengangkutan namun ojek *online* dapat dikatakan lebih maju karena telah terintegrasi dengan kemajuan

¹⁴ Ismail, tukang ojek *offline*, Wawancara 30 September 2020.

¹⁵ Haswad, tukang ojek *online*, Wawancara 30 September 2020.

teknologi. Ojek *online* merupakan ojek sepeda motor yang menggunakan teknologi dengan memanfaatkan aplikasi pada *smartphone* yang memudahkan pengguna jasa untuk memanggil pengemudi ojek tidak hanya dalam hal sebagai sarana pengangkutan orang atau barang namun juga dapat dimanfaatkan untuk membeli barang bahkan memesan makanan sehingga dalam masyarakat global terutama di kota-kota besar dengan kegiatan yang sangat padat dan tidak dapat dipungkiri masalah kemacetan selalu menjadi polemik, ojek *online* ini hadir untuk memudahkan masyarakat dalam melakukan kegiatan sehari-hari dengan mengedepankan teknologi yang semakin maju.

Dalam aplikasi yang diunduh customers sudah dapat diketahui jarak, lama pemesanan, harga, nama orang yang menjemput, serta perusahaan pengelolannya. Hal tersebut tentunya disajikan secara transparan oleh aplikasi yang digunakan para driver ojek *online*. Walaupun ada perbedaan dalam menetapkan harga, namun responden merasa bahwa tariff tersebut masih terjangkau masyarakat. dalam artian bahwa penetapan harga tersebut masih sesuai dengan tingkat ekonomi dikalangan masyarakat secara umum. Hal itu diperkuat dengan hasil wawancara berikut:

“Kalau masalah tariff dek di ojek *online* itu kan sudah ditetapkan di aplikasi jadi kita sebagai driver ojek *online* tidak bisa pasang tariff sendiri karena ada semuami di aplikasi tergantung jaraknya”¹⁶

Ojek *online* juga memiliki kelebihan sebagai berikut:

1. Mengikuti perkembangan teknologi dan komunikasi, sehingga bisa menyesuaikan kebutuhan para konsumennya
2. Grab adalah penyedia aplikasi yang menghubungkan mitra pengemudi dengan pelanggan, sehingga pengemudi bebas dalam bekerja

¹⁶ Nasar, tukang ojek *online*, Wawancara 02 Oktober 2020.

3. Tariff yang diberikan tidak mahal, seimbang dengan pelayanan yang didapatkan oleh penumpang
4. Memberikan penghargaan kepada pelanggan dan pengemudi, sehingga pelanggan dan pengemudi akan menjadi lebih loyal
5. Perusahaan tidak melakukan perekrutan pengemudi, namun pengemudi lah yang melakukan pendaftaran menjadi mitra

Berikut adalah cara yang dilakukan dalam strategi persaingan pasar jasa:

1. *Seeking out low customer* (mencari planggan dengan biaya rendah) transportasi berbasis *online* memberikan harga yang rendah kepada pelanggan. Jika di kalkulasi harga yang diberikan dibawah harga ojek *offline*, namun pelayanan yang didapatkan lebih baik disbanding ojek *offlin*.
2. *Standardizing a custom service* (membuat pelayanan lebih mudah) aplikasi yang digunakan memudahkan konsumen untuk melakukan pemesanan. Konsumen tidak plu menunggu lama dan mencari-cari pangkalan ojk *offline*, cukup memesan dan mendapatkan driver yang akan menjemputnya melalui aplikasi.
3. *Reducing the personal element in service delivery* (mengurangi personil dalam pemberi layanan) ojek *online* tidak memerlukan personil, mitra drver bekerja untuk dirinya sendiri dan hasil yang didapatkan disetor ke perusahaan 20% sisanya masuk dikantong pribadi.
4. *Making the intangible tangible* (memberikan kesan yang berbeda) ojek *online* memiliki perbedaan dalam pelayanan. Selain itu setelah melakukan perjalanan pelanggan akan mendapatkan poin, yang mana poin tersebut

dapat ditukarkan dengan bonus, sehingga membuat pelanggan ketagihan dan tertarik untuk selalu menggunakannya.

5. *Customizing the standard product* (konsumen dapat mengingat jasa tersebut) selain poin yang diberikan, terdapat kode promo yang akan memberikan potongan harga kepada konsumen. Dengan potongan harga yang diberikan akan mengurangi tariff yang harus dibayarkan, sehingga konsumen akan lebih tertarik untuk menggunakannya.
6. *Controlling quality* setelah perjalanan selesai, pelanggan dapat menilai driver ojek *online* dan memberikan kritik dan saran atas pelayanan yang diberikan. Pemberiaan penilaian atas layanan ojek *online* menjadikan evaluasi tersendiri. Bagi pengemudi dengan nilai tertinggi akan mendapatkan intensif tambahan, sedangkan bagi pengemudi yang mendapatkan nilai rendah, tidak akan memperoleh bonus tambahan.

Berdasarkan hasil uraian yang diperoleh melalui hasil wawancara dan terumuskan dalam rumusan masalah, maka hasil konstruktif dengan prinsip atau dasar ekonomi Islam, bisa dilihat dalam prinsip ekonomi Islam yaitu persaingan (*competition*). Islam mendorong manusia untuk berlomba-lomba dalam hal ketakwaan dan kebaikan. Demikian pula dalam hal muamalah atau ekonomi, manusia didorong untuk saling berlomba dan bersaing, namun tidak saling merugikan. Dalam suatu Sunnah dijelaskan bahwa Allah sendirilah yang menetapkan harga dan manusia dilarang menetapkan harga secara sepihak. Islam memberikan kesempatan antara penjual dan pembeli untuk tawar-menawar serta melarang dilakukannya monopoli ataupun bentuk perdagangan yang berpotensi merugikan

pihak lain.¹⁷ Dari hasil wawancara peneliti mengenai persaingan tukang ojek *offline* dengan tukang ojek *online* didapatkan jawaban dari beberapa tukang ojek *offline* bahwa rata-rata mengatakan persaingan secara sehat dikarenakan tukang ojek *offline* menerima dengan lapang dada kehadiran ojek *online* ditengah-tengah mereka. tukang ojek *offline* memiliki cara bersaing dengan tukang ojek *online* seperti dengan memperbaiki pelayanan kepada penumpang. Walaupun sebenarnya sangat sulit untuk bersaing dengan ojek *online* itu sendiri dikarenakan ojek *online* memiliki beberapa fitur yang dapat dipilih oleh penumpang. Maka seruan berbuat adil tersebut sebagaimana diterangkan dalam firman Allah SWT yang berbunyi :

وَأَتَّبِعْ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا وَأَحْسِنَ
كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ وَلَا تَبْغِ الْفَسَادَ فِي الْأَرْضِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ



Terjemahnya

“Dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bahagianmu dari (kenikmatan) duniawi dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik, kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di (muka) bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan”.¹⁸(Q.S. Al-Qashash/ 28:77)

Ayat tersebut menjelaskan, bukan berarti segala harta yang dimiliki ditunjukkan untuk akhirat semata. Manusia jangan meninggalkan kebahagiaan dunia. Namun, jangan juga beranggapan bahwa kehidupan hanya disini dan sekarang. Sebab ada kehidupan di akhirat nanti. Semestinya, harta benda seorang manusia harus pula memiliki fungsi sosial seperti untuk berzakat dan bersedakah.

Ayat ini berisi nasehat untuk tidak hanya beribadah murni kepada Allah tetapi juga memperhatikan kebutuhan dunia. Berusaha sekuat tenaga dan pikiran (dalam

¹⁷Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam, *Ekonomi Islam*, (Cet.IV:Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada,2012), h.68.

¹⁸ Al-Qur'an dan Terjemahan Kementerian Agama RI, h.394.

batas yang diberikan Allah) untuk memperoleh harta dan kekayaan guna mencukupi kebutuhan dunia maupun sebagai jalan menuju kebahagiaan akhirat.

