JMPIS: JURNAL MANAJEMEN PENDIDIKAN DAN ILMU SOSIAL
E-ISSN: 2716-375x
P-ISSN: 2716-3758
DINASTI REVIEW
https://dinastirev.org/JMPIS dinasti.info@gmail.com +62 811 7404 455

DOI: https://doi.org/10.38035/jmpis.v6i1
https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/
Received: 30 November 2024 | **Revised:** 30 Desember 2024 | **Accepted:** 30 Desember 2024

Strategi Tukang Becak Siantar BSA dalam Menarik Pelanggan dan Meningkatkan Pendapatan

Ferren Audy Febina Sitompul[1*], Eka Susanti[2]
[1]Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan, Indonesia, ferren0309201004@uinsu.ac.id
[2]Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan, Indonesia, ekasusanti@uinsu.ac.id

[*]Corresponding Author: ferren0309201004@uinsu.ac.id

Abstract: *This research aims to determine the strategies implemented by BSA motorbike pedicab drivers in Pematang Siantar City to attract customers and increase income, so as not to compete with online transportation services. The research method used is qualitative with primary data collection through interviews, observation and documentation as secondary data sources. The collected data was analyzed through the stages of data collection, data reduction, data presentation, and drawing conclusions. The research results show that the strategy implemented by BSA motorbike pedicab drivers has proven to be effective in facing competition with online transportation services. Diversification of services is the main key, where pedicab drivers not only offer basic transportation, but also pick-up and drop-off services for goods and children who are difficult to reach by online transportation applications. In addition, pricing strategies such as discounts for new customers and special rates for regular trips have also succeeded in attracting more customers. Improving the quality of service, as well as efforts to build networks and partnerships with local schools and shops, has played a role in strengthening their reputation in the community, which in turn supports increasing their income.*

Keywords: *Marketing Strategy, Motorbike Pedicab Drivers, Online Transportation Competition*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi yang diterapkan oleh tukang becak motor BSA di Kota Pematang Siantar dalam menarik pelanggan dan meningkatkan pendapatan, agar tidak kalah bersaing dengan layanan transportasi online. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pengumpulan data primer melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi sebagai sumber data sekunder. Data yang terkumpul dianalisis melalui tahapan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang diterapkan oleh tukang becak motor BSA terbukti efektif dalam menghadapi persaingan dengan layanan transportasi online. Diversifikasi layanan menjadi kunci utama, di mana tukang becak tidak hanya menawarkan transportasi dasar, tetapi juga layanan antar jemput barang dan anak-anak yang sulit dijangkau oleh aplikasi transportasi online. Selain itu, strategi harga seperti potongan harga

untuk pelanggan baru dan tarif khusus untuk perjalanan rutin juga berhasil menarik lebih banyak pelanggan. Peningkatan kualitas pelayanan, serta upaya membangun jaringan dan kemitraan dengan sekolah dan toko lokal, turut berperan dalam memperkuat reputasi mereka di masyarakat, yang pada gilirannya mendukung peningkatan pendapatan mereka.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Tukang Becak Motor, Persaingan Transportasi Online

PENDAHULUAN

Masyarakat saat ini tidak bisa lepas dari aktivitas bepergian. Menurut Sukarsa et al. (2021):

"hal ini terbukti dari meningkatnya volume lalu lintas saat jam sibuk yang menjadikan bepergian hanya berpindah tempat saja, padahal aktivitas bepergian juga dapat dimanfaatkan menjadi suatu profesi jika dilakuka dengan perencanaan yang baik untuk digunakan sebagai tempat mencari keuntungan finansial dan mengembangkan bisnis."

Aktivitas bepergian tidak hanya sekadar berpindah tempat, tetapi juga memiliki potensi besar untuk menjadi profesi yang menguntungkan jika dikelola dengan baik. Dalam era digital saat ini, peluang bisnis yang berkaitan dengan perjalanan seperti layanan transportasi online, agen perjalanan daring, dan penyedia penginapan berbasis platform telah menjamur. Selain itu, sektor pariwisata juga terus berkembang, memberikan kesempatan bagi individu untuk menjadi pemandu wisata, penyedia layanan tur, atau bahkan pengelola destinasi wisata.

Menurut Dewi & Taufiqurahman (2022) "dengan kemajuan komunikasi, pengetahuan, dan teknologi, masyarakat telah berevolusi baik secara non-sosial maupun sosial." Perkembangan teknologi transportasi merupakan salah satu bidang yang terus berkembang. Di zaman sekarang ini, masyarakat mempunyai akses terhadap teknologi berbasis web yang secara efisien menghubungkan konsumen dan penjual dalam lingkup masyarakat, sehingga memudahkan dalam menilai keinginan dan kebutuhan melalui transportasi *online*.

Penggunaan moda transportasi tradisional seperti becak memiliki nilai historis dan budaya yang penting dalam konteks lokal. Meskipun telah terjadi pergeseran menuju penggunaan moda transportasi modern, beberapa daerah tetap mempertahankan penggunaan becak sebagai bagian dari identitas kultural dan sebagai alternatif transportasi yang ekonomis bagi masyarakat setempat. Upaya pelestarian dan revitalisasi becak sebagai aset budaya lokal bisa menjadi strategi yang berkelanjutan dalam mendukung keberlanjutan lingkungan dan ekonomi lokal, sambil tetap menghormati kemajuan teknologi transportasi modern yang telah mengubah lanskap transportasi global.

Namun, meskipun penggunaan moda transportasi masa kini semakin meningkat, masih terdapat beberapa daerah di Indonesia yang menggunakan moda transportasi tradisional, salah satunya becak. Menurut Gultom (2020) becak tradisional adalah "salah satu kendaraan tidak bermotor yang masih bertahan dalam melakukan pengangkutan bagi masyarakat khususnya di daerah pedesaan dan beberapa kawasan di perkotaan, seperti alun-alun, depan mall, dan pasar."

Sebelum berdirinya jasa transportasi *online*, masyarakat sebagian besar mengandalkan jasa tukang becak. Namun saat ini peran becak danandong sebagai alat transportasi umum sudah mulai hilang dan bergeser. Perubahan ini mempengaruhi pendapatan tukang becak secara signifikan, dengan banyak dari mereka mengalami penurunan pendapatan akibat berkurangnya pelanggan yang beralih ke transportasi online. Selain itu, tukang becak kini harus bersaing lebih ketat dengan penyedia jasa transportasi online yang menawarkan kemudahan pemesanan dan kenyamanan bagi penumpang.

Peralihan dari moda transportasi tradisional ke moda transportasi *online* merupakan perkembangan baru yang seharusnya mempermudah becak tradisional untuk mencari

penumpang. Menurut Furqan (2020) “hadirnya transportasi *online* telah menimbulkan banyak perdebatan di berbagai lapisan masyarakat, serta menimbulkan manfaat dan kerugian antara becak tradisional dan transportasi *online* akibat persaingan dengan moda angkutan umum lainnya.”

Peralihan dari moda transportasi tradisional ke moda transportasi online menghadirkan tantangan dan peluang bagi para pengguna becak tradisional. Meskipun seharusnya teknologi tersebut mempermudah akses mereka dalam mencari penumpang, tetapi faktanya, persaingan dengan layanan transportasi online seringkali membuat mereka kesulitan bersaing. Beberapa kendala yang dihadapi termasuk kurangnya akses terhadap teknologi, persaingan harga yang ketat, serta regulasi yang belum memadai bagi penggunaan becak tradisional dalam lingkup pasar yang semakin modern dan terdigitalisasi.

Transportasi online menawarkan kemudahan pemesanan yang bisa diakses kapanpun dan dimanapun, serta memberikan harga yang terjangkau dengan banyak fitur seperti potongan harga, poin dan promo menarik lainnya. Menurut Adriyandy (2023) “hal ini menyebabkan masyarakat kini lebih banyak memilih untuk menggunakan transportasi *online*, sementara becak kehilangan penumpang dan mengalami penurunan pendapatan. “

Kondisi ini menciptakan tantangan baru bagi penarik becak yang harus beradaptasi dengan perubahan preferensi masyarakat yang semakin bergantung pada teknologi. Selain itu, mereka juga menghadapi kesulitan dalam mempertahankan daya tarik layanan mereka di tengah berbagai promo dan kenyamanan yang ditawarkan oleh transportasi online.

Selain itu dengan adanya transportasi *online*, masyarakat memiliki berbagai kemudahan sehingga tidak perlu lagi menunggu dipinggir jalan untuk mendapatkan layanan taksi atau bahkan ke pangkalan ojek, bis, becak atau transportasi lainnya. Selain dari itu, tarifnya sudah diestimasikan berdasarkan jarak tempuh. Maka, menurut Dewi & Taufiqurahman (2022) “ketika terjebak macet dalam perjalanan, penumpang tidak perlu khawatir mengenai tarif yang terhanyut oleh waktu sehingga membengkak seperti pada saat menaiki transportasi berargometer, karena tarif yang sudah ditestimasikan diawal perjalanan dengan berdasarkan jarak tempuh.”

Meskipun transportasi online menawarkan kemudahan dan transparansi dalam perhitungan tarif, beberapa kekhawatiran juga muncul terkait dengan aspek keamanan dan privasi. Terutama dalam konteks penggunaan aplikasi ride-sharing, adanya risiko terhadap keamanan data pribadi pengguna menjadi perhatian utama. Selain itu, meskipun tarif sudah diestimasikan berdasarkan jarak tempuh, faktor-faktor lain seperti kondisi lalu lintas yang tidak terduga atau rute alternatif yang diambil oleh pengemudi dapat mempengaruhi akurasi estimasi tarif tersebut.

Oleh sebab itu, munculnya berbagai jasa transportasi tersebut berdampak pada pendapatan para tukang becak sehingga menyebabkan perekonomian mereka menjadi tidak stabil karena banyak yang menggunakan transportasi *online* tersebut sehingga menyebabkan tukang becak kehilangan pelanggan dan berpotensi mengalami penurunan penghasilan (Wijaya, 2020).

Berdasarkan hasil observasi di lapangan peneliti menemukan masalah yang terjadi di Kota Pematang Siantar berdasarkan hasil pra lapangan terlihat bahwa dengan menurunnya jumlah orderan untuk becak bermotor, pendapatan para penarik juga ikut menurun. Hal ini menjadi tantangan utama yang dihadapi oleh penarik becak agar dapat kembali meningkatkan pendapatan. Meskipun mereka tetap aktif di masyarakat dan terus bekerja untuk menarik pelanggan, penurunan ini secara langsung mempengaruhi penghasilan mereka. Ini menjadi masalah dikarenakan dengan banyaknya ojek online akan mematikan pekerjaan tukang becak dalam menarik pelanggan. Untuk tetap bersaing, penarik becak motor BSA mulai menerapkan berbagai strategi, seperti meningkatkan kualitas pelayanan, dan menawarkan tarif yang lebih kompetitif. Penelitian ini akan mengeksplorasi lebih lanjut bagaimana

perubahan ini terjadi dan strategi yang diadopsi untuk menghadapi persaingan dengan transportasi online. Penelitian ini penting untuk diteliti karena untuk mengetahui kondisi dari Strategi Tukang Becak Siantar BSA dalam Menarik Pelanggan dan Meningkatkan Pendapatan.

METODE

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif yang bertujuan untuk memahami fenomena sosial yang terjadi secara mendalam dan menyeluruh. Metode kualitatif dipilih karena peneliti ingin mengeksplorasi aspek subjektif, makna, dan pengalaman individu terkait strategi yang digunakan oleh tukang becak di Siantar BSA dalam menarik pelanggan dan meningkatkan pendapatan, terutama di tengah perkembangan transportasi online. Menurut Salim (2020), pendekatan kualitatif sangat tepat untuk memahami dinamika sosial yang kompleks, karena memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan data deskriptif dan naratif yang kaya, seperti wawancara mendalam, observasi, dan analisis dokumen. Oleh karena itu, penelitian ini tidak hanya berfokus pada data angka, melainkan pada konteks sosial dan perilaku yang mempengaruhi keputusan serta pola yang terjadi dalam masyarakat.

Jenis penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah penelitian deskriptif, yang bertujuan untuk menggambarkan data yang terkumpul secara sistematis dan mendetail, sesuai dengan karakteristik yang ada di lapangan. Sugiyono (2019) menjelaskan bahwa penelitian deskriptif berfokus pada pencatatan, penggambaran, dan analisis data yang ada tanpa berusaha memanipulasi atau mengubah kondisi yang sedang diteliti. Peneliti menganalisis data yang diperoleh dari wawancara dengan informan utama (pengelola pangkalan becak), informan kunci (tukang becak senior), dan informan tambahan (masyarakat sekitar), serta mengamati secara langsung bagaimana strategi-strategi yang diterapkan oleh tukang becak dalam rangka bersaing dengan layanan transportasi online. Dengan pendekatan ini, peneliti dapat menggali informasi yang lebih dalam terkait pengalaman dan perspektif masing-masing informan.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi wawancara, observasi, dan dokumentasi, yang dirancang untuk memberikan pemahaman komprehensif tentang strategi tukang becak dalam menghadapi persaingan dari transportasi online. Dalam wawancara, peneliti berinteraksi langsung dengan informan untuk menggali pengalaman dan pandangan mereka mengenai perkembangan industri transportasi di kawasan tersebut. Selain itu, observasi dilakukan untuk mempelajari langsung dinamika yang terjadi di lapangan, seperti interaksi antara tukang becak dengan pelanggan dan bagaimana mereka beradaptasi dengan perubahan yang ada. Dokumentasi juga digunakan untuk merekam kondisi fisik dan sosial yang mendukung analisis, seperti foto-foto kondisi pangkalan becak dan aktivitas sehari-hari. Penggunaan kombinasi teknik pengumpulan data ini memastikan bahwa data yang diperoleh lebih valid dan kaya akan informasi yang relevan untuk menjawab pertanyaan penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi Penarik Becak Motor BSA di Pematang Siantar dalam Menarik Pelanggan

1. Strategi Membangun Hubungan Baik dengan Pelanggan

   Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Ahmad Wahyudi, seorang tukang becak berusia 56 tahun, ia menjelaskan bahwa memahami pola pelanggan merupakan hal yang penting dalam membangun hubungan yang baik.

   "Selama ini paling kita ngantri, mungkin ada anak-anak sekolah pagi yang menjadi langganan, dan orang yang pulang dari bekerja di kota misalnya: sebagai penjaga toko atau yang lain-lainnya. Dengan mengetahui jam-jam tertentu ketika anak-anak sekolah dan para pekerja pulang, saya bisa memaksimalkan peluang untuk mendapatkan sewa.

Selain itu, saya juga berusaha menjalin hubungan baik dengan pelanggan tetap agar mereka mau kembali menggunakan jasa saya."

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Samsir, tukang becak berusia 53 tahun, ia mengatakan bahwa sikap ramah dan perhatian terhadap pelanggan sangat penting untuk menjalin hubungan baik.

"Strategi yang saya terapkan yaitu, ya kita berlaku baiklah sama sewa, selalu ramah, dan baik. Saya percaya bahwa sikap ramah dan perhatian terhadap pelanggan dapat membuat mereka lebih cenderung menggunakan jasa saya daripada beralih ke transportasi online yang mungkin lebih cepat tetapi kurang personal. Dengan menjadi pendengar yang baik, saya bisa lebih memahami kebutuhan dan harapan mereka, dan hal ini meningkatkan kepercayaan pelanggan kepada saya."

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Sunariono, seorang informan utama berusia 75 tahun yang tinggal di Kota Pematang Siantar, ia menjelaskan bahwa tukang becak motor BSA berusaha menjaga hubungan baik dengan pelanggan setia meskipun ada penurunan jumlah penumpang.

"Saya dulu bisa mendapatkan 4 hingga 6 penumpang dalam sehari, tetapi sekarang jumlah sewa saya menurun drastis sejak hadirnya transportasi online. Meskipun tidak ada aplikasi seperti transportasi online, saya tetap berusaha menjaga hubungan baik dengan pelanggan melalui sikap ramah dan pelayanan yang baik. Saya juga mencoba menawarkan layanan antar-jemput anak sekolah dan barang dagangan untuk menarik lebih banyak pelanggan."

Bapak Sunariono juga menambahkan bahwa meskipun tarif menjadi isu, tukang becak berusaha menjaga loyalitas pelanggan dengan menawarkan layanan tambahan seperti membawa barang atau menjemput anak sekolah, meskipun kendaraan roda dua seperti ojek online kini lebih diminati karena tarif yang lebih murah dan efisiensi waktu.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Yudi, seorang tukang becak berusia 55 tahun, menyampaikan bahwa menawarkan layanan tambahan, seperti antar jemput anak sekolah dan anak les, menjadi cara untuk menjaga hubungan baik dengan pelanggan.

"Saya menerima setiap sewa yang masuk, terutama antar jemput, karena saat ini jumlah sewa sudah sangat berkurang. Terlebih lagi, dengan munculnya transportasi online, terkadang saya hanya mendapatkan dua hingga empat sewa dalam sehari. Saya menawarkan layanan tambahan seperti antar jemput anak sekolah dan anak les. Saya menghargai setiap masukan dari pelanggan dan selalu berusaha untuk menjalankannya."

Berdasarkan hasil observasi di beberapa lokasi operasional tukang becak motor BSA, terlihat bahwa hubungan baik dengan pelanggan sangat dijaga. Tukang becak sering kali mengingat nama dan wajah pelanggan tetap mereka. Selain itu, mereka juga memperhatikan waktu-waktu tertentu yang menjadi peluang untuk memperoleh sewa, seperti saat anak-anak sekolah berangkat atau pulang. Keakraban ini terbukti membuat banyak pelanggan merasa lebih nyaman menggunakan jasa tukang becak daripada beralih ke transportasi online.

Kesimpulannya, membangun hubungan baik dengan pelanggan terbukti menjadi kunci utama dalam mempertahankan pelanggan setia di tengah persaingan ketat dengan transportasi online. Para tukang becak motor BSA di Kota Pematang Siantar sangat mengutamakan keakraban dan komunikasi personal dengan pelanggan mereka, yang membuat mereka lebih dihargai dan lebih sering kembali. Dengan memahami kebutuhan pelanggan, baik dari segi waktu maupun jenis layanan, tukang becak motor BSA berhasil menciptakan loyalitas yang kuat.

2. Kejujuran dan Pelayanan yang Transparan sebagai Kunci Kepercayaan Pelanggan

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Diki, seorang tukang becak berusia 51 tahun, ia mengungkapkan bahwa kejujuran dalam bertransaksi sangat penting untuk menjaga hubungan baik dengan pelanggan.

"Saya harus rendah hati, ramah, baik, dan tidak pernah bohong ya harus jujur agar terjaga hubungan baik dengan pelanggan atau sewa. Saya selalu memberikan informasi yang jelas mengenai tarif dan tujuan, serta tidak membebani mereka dengan biaya tambahan yang tidak perlu. Kejujuran ini tidak hanya membuat saya dihargai, tetapi juga membangun reputasi baik yang berpengaruh positif terhadap jumlah pelanggan saya."

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Segarianto, tukang becak berusia 59 tahun, ia menjelaskan bahwa dalam situasi persaingan yang ketat dengan transportasi online, menjaga transparansi harga dan pelayanan yang jujur sangat penting.

"Perubahan jumlah pelanggan sejak adanya transportasi online ini berkurang jadi sedikit, biasa narik 5x jadi 3x, 2x gitunya sehari. Untuk mengatasi hal ini, saya berusaha memberikan layanan yang lebih personal dan berusaha mengenali pelanggan satu per satu. Saya mencoba untuk mengingat nama dan wajah pelanggan tetap, sehingga mereka merasa dihargai dan lebih memilih saya ketika membutuhkan jasa transportasi."

Bapak Sunariono juga menambahkan bahwa transparansi dalam pelayanan sangat penting untuk mempertahankan kepercayaan pelanggan.

"Sekarang, kalau ongkosnya mahal, pelanggan tidak mau naik becak, lebih memilih menggunakan ojek online yang lebih murah," katanya.

Menurutnya, faktor kejujuran dalam memberikan informasi terkait tarif yang dikenakan dan pelayanan yang diberikan sangat penting, meskipun kenyataannya sekarang becak motor BSA sudah tidak lagi menjadi pilihan utama. Ketika tarif becak lebih tinggi, pelanggan cenderung lebih memilih transportasi online yang menawarkan harga lebih murah, yang akhirnya berdampak pada pendapatan tukang becak.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Marsaulina, seorang wanita berusia 57 tahun, menilai bahwa transparansi tarif dan kejujuran dalam pelayanan sangat dibutuhkan oleh pelanggan.

"Saya bisa memahami kekhawatiran mereka, karena itu adalah sumber mata pencaharian mereka. Namun, ketika mereka jujur dalam menetapkan tarif dan tidak ada biaya tersembunyi, saya merasa lebih dihargai dan lebih cenderung menggunakan jasa mereka."

Berdasarkan hasil observasi di lapangan, tukang becak motor BSA selalu terbuka tentang tarif yang dikenakan kepada pelanggan. Mereka tidak mengenakan biaya tambahan yang tidak dijelaskan sebelumnya, yang menciptakan hubungan yang sehat dan saling percaya dengan pelanggan. Pelanggan merasa lebih nyaman karena mereka tahu persis apa yang mereka bayar tanpa adanya biaya tersembunyi.

Berdasarkan kesimpulan, kejujuran dan transparansi dalam layanan adalah faktor penting yang membangun kepercayaan pelanggan terhadap tukang becak motor BSA. Ketika pelanggan merasa dihargai dan tidak dibebani oleh biaya tambahan yang tidak wajar, mereka lebih memilih untuk kembali menggunakan jasa yang ditawarkan. Hal ini menunjukkan bahwa menjaga keterbukaan harga serta memberikan informasi yang jelas dan jujur sangat mempengaruhi keputusan pelanggan dalam memilih layanan.

3. Menyesuaikan dengan Perubahan Zaman dan Menerima Tantangan dari Transportasi Online

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Andi, seorang tukang becak berusia 47 tahun, ia menjelaskan bahwa harga tarif menjadi salah satu cara untuk bersaing dengan transportasi online.

"Saya menentukan tarif perjalanan sesuai dengan jarak jauh dekatnya. Kalau dekat ya sekitar dari pajak horas ini ke kebun binatang tarifnya 15.000, misal mau ke simpang dua tarifnya 20.000. Saya juga memperhatikan tarif transportasi online yang seringkali lebih murah, sehingga saya berusaha untuk menetapkan tarif yang bersaing namun tetap wajar. Saya berharap dengan penetapan harga yang tepat dan layanan yang memuaskan, pelanggan akan tetap memilih jasa becak motor BSA."

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Turi, seorang tukang becak berusia 78 tahun, mengungkapkan tantangan yang dihadapi oleh tukang becak motor BSA sejak munculnya transportasi online.

"Dulu, tahun 1971, becak motor BSA ini berjumlah sekitar 1500 unit dan sangat diminati karena belum banyak kendaraan lainnya. Namun, seiring berjalannya waktu, banyak orang beralih menggunakan transportasi online seperti gojek dan grab, sehingga kami sulit bersaing. Biaya perawatan becak motor ini juga cukup mahal, dan saat ini kami merasa tidak mampu lagi mempertahankan usaha ini. Jika ada yang sewa, saya pastikan untuk melayani mereka dengan baik dan bersyukur atas setiap rezeki."

Bapak Sunariono menjelaskan tantangan besar yang dihadapi oleh pangkalan becak motor BSA dalam menghadapi kemajuan teknologi dan munculnya transportasi online. Ia menyatakan bahwa tukang becak merasa kesulitan dalam bersaing, tidak hanya karena tarif yang lebih tinggi, tetapi juga karena kurangnya dukungan dan koordinasi antar tukang becak yang dulunya bisa bersatu.

"Sekarang sudah siapa lu, siapa gua.. sudah tidak ada lagi tukang becak-becak ini sama kawannya. Kalau dulu bersatu, sekarang sudah tidak ada persatuannya. Sedangkan ketua becak tidak ada lagi apalagi bengkel becak."

Dulu, tukang becak motor BSA dapat berkumpul di pangkalan dan mendiskusikan masalah mereka, tetapi sekarang, dengan berkurangnya jumlah tukang becak dan tidak adanya lagi bengkel khusus becak motor BSA, mereka merasa tidak memiliki kekuatan atau dukungan untuk bertahan dalam persaingan dengan transportasi online yang lebih praktis dan murah. Bapak Sunariono mengungkapkan bahwa harapan untuk melanjutkan keberadaan becak motor BSA di Pematang Siantar sudah hampir hilang, karena tidak ada lagi rencana atau program untuk mendukungnya.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Bora, seorang wanita berusia 27 tahun, memberikan pandangannya tentang perbedaan kenyamanan antara becak motor BSA dan transportasi online.

"Dengan harga yang ditawarkan, orang-orang lebih cenderung memilih ojek online yang lebih efisien dan terjangkau. Sementara itu, becak motor BSA menawarkan kenyamanan yang lebih terbatas."

Berdasarkan hasil observasi di lapangan, tukang becak motor BSA berusaha menyesuaikan diri dengan perkembangan zaman dengan memanfaatkan teknologi, seperti menggunakan nomor telepon untuk menawarkan layanan. Namun, mereka tetap mempertahankan pendekatan personal dalam melayani pelanggan. Walaupun merasa tertekan dengan persaingan dari transportasi online, mereka terus berupaya untuk menawarkan nilai tambah dengan pelayanan yang lebih manusiawi dan ramah.

Berdasarkan kesimpulan, meskipun tantangan dari transportasi online sangat besar, tukang becak motor BSA berusaha beradaptasi dengan perubahan zaman. Mereka tetap menjaga hubungan personal dengan pelanggan dan menawarkan tarif yang lebih bersaing,

sambil mencoba memanfaatkan teknologi untuk kelangsungan usaha mereka. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun transportasi online semakin mendominasi, tukang becak motor BSA tetap memiliki peluang untuk bertahan jika mereka dapat menyesuaikan diri dengan kebutuhan pelanggan yang terus berkembang.

Para pengemudi becak motor BSA di Pematang Siantar menggunakan berbagai strategi untuk menarik pelanggan, salah satunya adalah dengan menjaga hubungan baik melalui komunikasi yang ramah dan perhatian terhadap preferensi pelanggan. Mereka berusaha menciptakan interaksi yang positif, yang dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan memperluas jaringan mereka. Selain itu, tukang becak juga menggunakan komunikasi pribadi sebagai alat pemasaran, menjelaskan layanan secara langsung kepada pelanggan dan menyesuaikan tawaran berdasarkan kebutuhan individu, seperti memberikan diskon untuk pelanggan tetap atau menawarkan layanan antar jemput khusus.

Strategi lainnya adalah menawarkan layanan khusus yang tidak tersedia di layanan transportasi online, seperti pengantaran barang atau layanan antar jemput anak ke sekolah. Dengan memberikan nilai tambah ini, tukang becak dapat membedakan diri dari pesaing dan memperluas pasar mereka. Kualitas pelayanan dan kebersihan kendaraan juga menjadi fokus penting, karena tukang becak menyadari bahwa penampilan becak yang bersih dan pelayanan yang ramah dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan menciptakan peluang untuk mendapatkan pelanggan tetap.

Pengemudi becak motor BSA juga memiliki kesadaran tinggi terhadap persaingan dengan layanan transportasi online seperti Gojek dan Grab. Mereka secara aktif mengumpulkan umpan balik dari pelanggan untuk memahami kebutuhan dan preferensi mereka, serta menyesuaikan layanan yang diberikan agar tetap relevan. Kesadaran ini menunjukkan bahwa tukang becak tidak hanya pasif dalam menghadapi perubahan, tetapi juga responsif terhadap dinamika pasar untuk tetap bersaing.

Dalam kaitannya dengan teori aktor sosial, teori aktor sosial dapat diterapkan untuk memahami peran tukang becak sebagai aktor yang aktif berinteraksi dalam perubahan sosial, ekonomi dan tantangan dari transportasi online. Mereka tidak hanya berfokus pada keuntungan materi tetapi juga berusaha membangun hubungan emosional yang kuat dengan pelanggan dan tidak hanya dipengaruhi oleh perubahan struktur sosial yang melibatkan teknologi dan transportasi modern, tetapi juga berkontribusi dalam membentuk kembali struktur tersebut melalui tindakan mereka. Melalui strategi-strategi tersebut, tukang becak motor BSA tidak hanya mempertahankan usaha mereka tetapi juga berkontribusi pada pengembangan komunitas transportasi yang lebih berdaya saing dan beragam. Sebagai contoh, meskipun mereka menghadapi tantangan besar dari transportasi online, para tukang becak tetap mempertahankan hubungan personal dengan pelanggan dan menawarkan layanan yang bersaing, seperti tarif yang fleksibel dan kenyamanan yang lebih manusiawi. Dalam hal ini, para tukang becak mengarahkan tindakan mereka untuk mempertahankan eksistensinya di tengah persaingan, sesuai dengan pandangan Giddens yang menyatakan bahwa aktor tidak hanya dipengaruhi oleh struktur sosial, tetapi juga dapat membentuk struktur tersebut melalui tindakannya (Nirzalin, 2013).

Selain itu, para tukang becak juga menunjukkan aspek voluntarisme yang dijelaskan oleh Talcott Parsons. Mereka memilih cara-cara alternatif dalam beradaptasi dengan situasi yang ada, seperti memanfaatkan teknologi komunikasi untuk menawarkan layanan dan menjaga kualitas pelayanan. Meskipun mereka terbatas oleh norma dan kondisi situasional, mereka tetap memilih untuk melayani pelanggan dengan pendekatan yang lebih personal dan ramah, sebagai upaya untuk bertahan. Hal ini mencerminkan kemampuan aktor untuk menilai dan memilih tindakan yang tepat untuk mencapai tujuan

mereka, yaitu mempertahankan usaha becak motor BSA di tengah persaingan yang semakin ketat.

Cara Penarik Becak Motor BSA Meningkatkan Pendapatan di Tengah Persaingan dengan Transportasi Online

1. Upaya Menjaga Hubungan Baik dengan Pelanggan

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Danu yang berusia 54 tahun, ia menyampaikan bahwa meskipun jumlah pelanggan menurun drastis akibat munculnya transportasi online, ia tetap berusaha menjaga hubungan baik dengan pelanggan.

"Saya dulu bisa mendapatkan 4 hingga 6 penumpang dalam sehari, tetapi sekarang jumlah sewa saya menurun drastis sejak hadirnya transportasi online. Meskipun tidak ada aplikasi seperti transportasi online, saya tetap berusaha menjaga hubungan baik dengan pelanggan melalui sikap ramah dan pelayanan yang baik. Saya juga mencoba menawarkan layanan antar-jemput anak sekolah dan barang dagangan untuk menarik lebih banyak pelanggan."

Pandangan ini menunjukkan bahwa meskipun teknologi baru menawarkan kemudahan, tukang becak motor BSA tetap mengandalkan hubungan personal yang lebih akrab dengan pelanggan sebagai upaya mempertahankan loyalitas. Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Sunariono informan utama, seorang pria berusia 75 tahun, yang tinggal di Kota Pematang Siantar, beliau mengungkapkan bahwa meskipun jumlah pelanggan becak motor BSA menurun signifikan akibat adanya transportasi online, tukang becak masih berusaha menjaga hubungan baik dengan pelanggan setia. Bapak Sunariono menyampaikan,

"Tukang becak menjaga hubungan baik dengan pelanggan, meskipun harga ongkos menjadi mahal dan tidak bersaing dengan transportasi online seperti Gojek atau Grab, mereka tetap berusaha dengan ramah untuk mempertahankan pelanggan setia."

Ia menjelaskan bahwa dulu, becak motor BSA sangat populer di Siantar, namun kini becak ini sudah sangat berkurang, dan tidak ada lagi becak yang beroperasi secara luas seperti sebelumnya. Selain itu, Bapak Sukri, yang berusia 60 tahun, juga menyatakan bahwa,

"Menjaga hubungan baik dengan pelanggan sangat penting agar mereka merasa nyaman dan tetap menggunakan layanan kita."

Kepercayaan pelanggan tetap menjadi salah satu faktor yang dijaga agar mereka memilih becak motor BSA meskipun tarifnya sedikit lebih tinggi dibandingkan dengan transportasi online.

Hasil observasi menunjukkan bahwa para tukang becak motor BSA di Kota Pematang Siantar mengutamakan hubungan yang lebih personal dengan pelanggan, misalnya dengan menawarkan layanan antar-jemput anak sekolah atau pengantaran barang. Selain itu, mereka sering terlihat berbincang santai dengan pelanggan, menjaga komunikasi agar tetap terjalin baik. Hal ini mencerminkan komitmen mereka untuk memberikan pelayanan ramah dan menjaga hubungan yang baik, meskipun adanya persaingan dengan moda transportasi online. Keberadaan tugu becak di kota juga menunjukkan betapa pentingnya becak motor bagi identitas kota, dan tukang becak BSA berusaha mempertahankan hal ini melalui hubungan yang terus dipelihara.

Kesimpulannya, meskipun tantangan yang dihadapi semakin besar dengan adanya transportasi online, tukang becak motor BSA tetap mengandalkan hubungan baik dengan pelanggan sebagai strategi utama. Upaya ini terbukti efektif dalam mempertahankan loyalitas pelanggan, karena bagi banyak orang, hubungan yang lebih personal dan pelayanan yang ramah menjadi alasan utama memilih becak motor BSA meskipun

tarifnya lebih tinggi. Namun, strategi ini perlu ditingkatkan seiring berkembangnya teknologi dan perubahan pola preferensi pelanggan.

2. Penyesuaian Tarif dan Fleksibilitas dalam Layanan

Berdasarkan wawancara dengan Bapak Sukri yang berusia 60 tahun, ia menjelaskan pentingnya penyesuaian tarif yang fleksibel sebagai salah satu cara untuk tetap bersaing dengan transportasi online.

"Saya menentukan ongkos dari jarak yang ditempuh, contohnya tarifnya sekitar 15.000 untuk perjalanan dekat. Saya harus bersikap fleksibel, menerima tawaran yang tidak terlalu menguntungkan sekalipun, asalkan ada yang mau naik becak."

Pandangan ini mengindikasikan bahwa meskipun tarif transportasi online bisa lebih murah dan terstruktur melalui aplikasi, tukang becak motor BSA berusaha untuk bersaing dengan tetap menawarkan tarif yang terjangkau. Mereka lebih menekankan pada kemampuan untuk menyesuaikan harga sesuai dengan kebutuhan dan kondisi pasar, bahkan jika itu berarti mereka harus menerima tarif yang lebih rendah dari biasanya.

Dalam hal penyesuaian tarif, Bapak Sunariono menyatakan bahwa pangkalan tukang becak mengalami kesulitan untuk menyesuaikan tarif agar tetap bersaing dengan transportasi online. Beliau menyampaikan,

"Kalau mau menurunkan tarif menjadi murah, kita rugi, karena biaya operasional untuk beli minyak dan lain-lain tidak tercapai. Jika tarif diturunkan lebih murah lagi, kita tidak akan bisa mendapatkan keuntungan."

Bapak Sunariono juga mencatat bahwa meskipun tukang becak berusaha menawarkan tarif yang kompetitif, transportasi online yang menawarkan tarif yang lebih murah, cepat, dan praktis membuat sewa becak motor BSA semakin jarang dipilih oleh masyarakat.

Informasi yang diberikan oleh Bapak Arif, seorang tukang becak yang berusia 49 tahun, juga menekankan pentingnya penyesuaian tarif.

"Keberadaan becak motor ini sangat terkenal hingga dibuatlah Tugu Becak Siantar, yang diresmikan pada tahun 2016 sebagai bukti bahwa transportasi khas kota ini akan selalu melekat di Pematang Siantar. Perubahan yang saya rasakan jelas ada; pendapatan saya menurun. Namun, yang penting adalah tetap berusaha, karena setiap orang sudah ada rezekinya masing-masing. Kami tetap mencoba untuk memberikan pelayanan terbaik meski situasi semakin sulit."

Hal ini menggambarkan keteguhan hati tukang becak motor BSA dalam menjalankan profesinya meski tantangan tarif lebih murah dari transportasi online hadir. Mereka mencoba menyesuaikan diri dengan situasi dengan tetap fleksibel dalam penetapan tarif yang bisa diterima oleh pelanggan.

Hasil observasi menunjukkan bahwa tukang becak motor BSA sering kali memperhatikan waktu tempuh dan jarak yang ditempuh saat menentukan tarif, serta bersikap terbuka terhadap tawaran pelanggan. Meskipun tarif yang dikenakan sedikit lebih tinggi dibandingkan transportasi online, tukang becak motor BSA tetap berusaha menjaga fleksibilitas tarif untuk tetap bersaing. Selain itu, mereka juga berusaha memberikan pelayanan yang lebih personal untuk menarik pelanggan agar merasa lebih nyaman menggunakan jasa mereka, meskipun tarifnya lebih tinggi.

Kesimpulannya, meskipun tarif menjadi tantangan dalam persaingan dengan transportasi online, tukang becak motor BSA di Kota Pematang Siantar tetap mengandalkan fleksibilitas dalam penetapan tarif sebagai salah satu cara untuk mempertahankan pelanggan. Mereka tidak hanya menyesuaikan tarif berdasarkan jarak, tetapi juga berusaha menawarkan harga yang dapat diterima oleh pelanggan meskipun terkadang lebih rendah dari standar tarif mereka. Namun, untuk terus bersaing, mereka

juga perlu meningkatkan kualitas pelayanan agar tarif yang sedikit lebih tinggi tetap memiliki daya tarik bagi pelanggan.

3. Kendala Menghadapi Perkembangan Teknologi dan Transportasi Online

Berdasarkan wawancara dengan Ibu Yuni yang berusia 49 tahun, ia mengungkapkan keprihatinannya mengenai ketidakmampuan tukang becak motor BSA dalam mengadopsi teknologi modern.

"Saya lihat becak motor BSA di Kota Pematang Siantar ini lama-kelamaan sedikit dek. Dulu, saya sering melihat becak ini beroperasi, tetapi sekarang semakin jarang."

Ibu Yuni juga menyebutkan,

"Perbedaan layanan yang saya amati adalah becak motor BSA tidak menggunakan aplikasi, sedangkan transportasi online memudahkan pelanggan untuk memesan melalui smartphone."

Hal ini mencerminkan ketidaksesuaian antara sistem layanan becak motor BSA yang masih mengandalkan cara tradisional dengan perkembangan teknologi yang semakin pesat. Tanpa adopsi teknologi, tukang becak motor BSA kesulitan bersaing dengan aplikasi transportasi online yang mempermudah pelanggan dalam memilih moda transportasi hanya dengan beberapa klik.

Bapak Sunariono menjelaskan tantangan besar yang dihadapi oleh pangkalan tukang becak motor BSA dalam menghadapi perkembangan teknologi dan transportasi online. Ia menyampaikan,

"Sekarang sudah tidak ada lagi becak motor BSA, hampir semua becak sudah dijual ke Jawa atau digantikan dengan motor Honda. Transportasi online seperti Gojek dan Grab telah mengubah segalanya."

Dalam pandangannya, globalisasi dan perkembangan teknologi telah menyebabkan banyak tukang becak kesulitan untuk beradaptasi, karena tidak ada lagi persatuan antar tukang becak atau dukungan dari pihak pangkalan seperti yang terjadi pada masa lalu. Bapak Sunariono juga menambahkan,

"Dulu becak motor BSA bisa dilihat bertebaran di sini, namun sekarang sudah hilang hampir semuanya."

Informasi yang diberikan oleh Bang Febi, seorang pengamat muda berusia 28 tahun, juga menunjukkan bahwa teknologi menjadi faktor penting dalam persaingan ini.

"Keberadaan becak motor BSA di Kota Pematang Siantar ini jarang abang lihat. Kebanyakan orang lebih memilih angkot, Gojek, Grab, atau Maxim sebagai moda transportasi," katanya.

Ia menambahkan bahwa kenyamanan yang ditawarkan transportasi online dengan aplikasi yang memudahkan pemesanan sangat mempengaruhi pilihan pelanggan. Hal ini memperkuat pernyataan sebelumnya bahwa tukang becak motor BSA perlu beradaptasi dengan teknologi agar tetap relevan di pasar yang kompetitif.

Hasil observasi menunjukkan bahwa meskipun tukang becak motor BSA memiliki loyalitas pelanggan yang tinggi, mereka menghadapi kesulitan dalam bersaing dengan layanan transportasi online yang menawarkan kenyamanan dan kecepatan. Aplikasi seperti Gojek dan Grab memberikan kemudahan bagi konsumen untuk memesan transportasi dengan cepat, sedangkan tukang becak motor BSA masih mengandalkan metode tradisional tanpa adanya aplikasi pemesanan. Hal ini menyebabkan penurunan jumlah becak yang beroperasi di jalanan dan semakin sulitnya mereka untuk bersaing dengan pilihan transportasi yang lebih efisien.

Kesimpulannya, ketidakmampuan tukang becak motor BSA dalam mengadopsi teknologi menjadi kendala utama mereka dalam bersaing dengan transportasi online. Meskipun mereka masih memiliki hubungan baik dengan pelanggan dan tetap fleksibel

dalam menetapkan tarif, tantangan terbesar terletak pada perubahan preferensi konsumen yang semakin terbiasa dengan kenyamanan aplikasi transportasi online. Agar tetap bertahan, tukang becak motor BSA perlu mempertimbangkan penerapan teknologi untuk memudahkan pemesanan dan meningkatkan daya saing mereka di pasar yang semakin berkembang.

Tukang becak motor BSA di Pematang Siantar mengadopsi berbagai strategi untuk meningkatkan pendapatan mereka di tengah persaingan ketat dengan layanan transportasi online seperti Gojek dan Grab. Salah satu strategi utama adalah diversifikasi layanan, di mana tukang becak tidak hanya menyediakan transportasi dasar, tetapi juga menawarkan layanan antar jemput barang dan anak-anak. Dengan layanan tambahan ini, mereka dapat memenuhi kebutuhan pelanggan yang tidak selalu dapat dijangkau oleh layanan online. Diversifikasi ini memungkinkan tukang becak untuk menjangkau berbagai segmen pasar, memperluas basis pelanggan, serta membuka peluang pendapatan baru. Layanan antar jemput barang misalnya, dapat menjadi daya tarik bagi pelanggan yang membutuhkan pengiriman cepat, sedangkan layanan antar anak-anak memberikan kenyamanan dan kepercayaan bagi orang tua.

Selain itu, tukang becak motor BSA juga menerapkan strategi potongan harga untuk menarik lebih banyak pelanggan. Mereka sering memberikan promo atau tarif khusus, seperti potongan harga bagi pelanggan baru atau tarif spesial untuk perjalanan reguler seperti antar jemput anak sekolah. Potongan harga ini bertujuan untuk menarik pelanggan yang sebelumnya lebih memilih layanan transportasi online, dengan harapan dapat meningkatkan volume pemesanan dan pendapatan harian mereka. Pendekatan ini juga menunjukkan usaha tukang becak dalam menciptakan daya tarik harga yang lebih kompetitif, meskipun tanpa mengorbankan kualitas layanan yang diberikan.

Peningkatan kualitas pelayanan juga menjadi fokus utama dalam strategi mereka. Tukang becak motor BSA menyadari pentingnya menjaga kebersihan dan kenyamanan kendaraan serta bersikap ramah dan sopan kepada pelanggan. Pelayanan yang baik dapat menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan, yang pada gilirannya mendorong mereka untuk kembali menggunakan layanan tersebut dan bahkan merekomendasikannya kepada orang lain. Dengan menjaga standar kualitas yang tinggi, tukang becak tidak hanya meningkatkan kepuasan pelanggan tetapi juga memperkuat reputasi mereka di masyarakat, yang dapat berujung pada pertumbuhan jumlah pelanggan dan peningkatan pendapatan.

Tukang becak motor BSA juga fokus pada pembangunan jaringan dan kemitraan dengan berbagai pihak, seperti sekolah, toko, dan perusahaan lokal. Dengan menjalin kerjasama, mereka dapat memperluas jangkauan layanan dan mendapatkan rujukan pelanggan baru. Sebagai contoh, kemitraan dengan sekolah dapat menciptakan peluang untuk mengantar anak-anak siswa secara rutin, memberikan pendapatan yang stabil bagi tukang becak. Pembangunan jaringan ini tidak hanya memperluas basis pelanggan tetapi juga memungkinkan tukang becak untuk menciptakan hubungan yang saling menguntungkan dengan berbagai pihak, memperkuat daya saing mereka dalam pasar transportasi yang semakin kompetitif. Semua strategi ini bekerja sinergis, saling mendukung untuk mencapai tujuan utama yaitu meningkatkan pendapatan dan memastikan kelangsungan usaha tukang becak motor BSA di Pematang Siantar.

KESIMPULAN

Strategi yang diterapkan oleh tukang becak motor BSA di Kota Pematang Siantar dalam menarik pelanggan dan meningkatkan pendapatan terbukti efektif dalam menghadapi persaingan dengan layanan transportasi online. Melalui diversifikasi layanan, tukang becak tidak hanya menawarkan transportasi dasar, tetapi juga layanan antar jemput barang dan

anak-anak, yang memenuhi kebutuhan masyarakat yang tidak selalu dapat dijangkau oleh aplikasi transportasi online. Penawaran potongan harga untuk pelanggan baru dan tarif khusus untuk perjalanan rutin juga menjadi strategi yang efektif untuk menarik lebih banyak pelanggan. Selain itu, peningkatan kualitas pelayanan dan upaya membangun jaringan serta kemitraan dengan sekolah dan toko lokal menunjukkan komitmen mereka dalam membangun reputasi yang baik di masyarakat.

Untuk lebih meningkatkan daya saing mereka, tukang becak motor BSA sebaiknya mempertimbangkan beberapa langkah tambahan. Pertama, mereka perlu meningkatkan pemahaman dan akses terhadap teknologi untuk memanfaatkan media sosial dan aplikasi dalam mempromosikan layanan mereka, sehingga dapat menjangkau lebih banyak pelanggan. Selain itu, pelatihan tentang manajemen keuangan dan teknik pelayanan pelanggan dapat membantu mereka dalam mengelola usaha dengan lebih baik dan memberikan pengalaman yang lebih memuaskan bagi pelanggan. Terakhir, penting untuk terus beradaptasi dengan perubahan perilaku masyarakat dan mencari cara inovatif untuk menarik minat pelanggan, seperti menyelenggarakan promo atau kerja sama dengan komunitas lokal, guna memperkuat posisi mereka dalam pasar transportasi yang semakin kompetitif.

REFERENSI

Adriyandy, A. M. (2023). Strategi Adaptasi Bekerja Pengendara Ojek Konvensional terhadap Keberadaan Ojek Online di Kecamatan Biringkanaya Kota Makassar. Universitas Bosowa.

Dewi, L. P., & Taufiqurahman, E. (2022a). Dampak Keberadaan Transportasi Online Terhadap Pendapatan Transportasi Konvensional. Jurnal Pendidikan Tambusai, 6(1), 3216–3222.

Dirjen, S. K., Riset, P., Pengembangan, D., Dikti, R., Made Sukarsa, I., Kadek, I., Prayoga Kartika, T., Putu, I., & Dharmadi, A. (2017). Terakreditasi SINTA Peringkat 2 Nebengin: Aplikasi Transportasi Kolaboratif Berbasis Android. Masa Berlaku Mulai, 1(3), 352–361.

Furqan, N. (2020). Online Terhadap Becak Konvensional Di Kota Banda Aceh. Jurnal Al-Ijtimaiyyah, 6(1), 91–106.

Gultom, E. R. (2020). Tanggung Jawab Pengemudi Becak Sebagai Angkutan Lingkungan Terhadap Penumpang Akibat Kecelakaan Lalu Lintas. Jurnal Ius Constituendum, 5(1), 15. https://doi.org/10.26623/jic.v5i1.2091

Istiqomah, A., Zuhro, N. N., & Prasetyo, S. A. (2023). Kehidupan Sosial Ekonomi Tukang Becak Terhadap Keberadaan Ojek Online di Jember. ULIL ALBAB : Jurnal Ilmiah Multidisiplin, 2(12).

Mulyana, E. (2019). Upaya Pemberdayaan Ekonomi, Sosial dan Budaya pada Masyarakat Melalui Pengembangan Bisnis Ekowisata. Business Innovation and Entrepreneurship Journal, 1(1).

Nirzalin. (2013). Mendamaikan Aktor dan Struktur dalam Analisis Sosial Perspektif Teori Strukturasi Antony Giddens. Jurnal Sosiologi Universitas Syiah Kuala, 3(3).

Nur, L., Rhokan, M. K., & Inayah, N. (2023). Analisis Dampak Keberadaan Transportasi Online Pada Pendapatan Dan Kesempatan Kerja Tukang Becak (Studi Kasus Kec. Panyabungan Kota Kab. Mandailing Natal). Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis (JEMB), 2(2), 232–240. https://doi.org/10.47233/jemb.v2i2.1109

Pratama, P. K., & Farida, I. (2020). Analisis Kebutuhan Angkutan Online di Kabupaten Garut. Jurnal Konstruksi, 18(1).

Salim. (2020). Metodologi Penelitian Kualitatif. Citapustaka Media.

Sudarmawan, B. N., & Miranti, T. (2022). Potensi Digital Ekonomi bagi Perkembangan Sektor Pariwisata di Indonesia. IEB: Journal of Islamic Economics and Business, 1(1).

Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kualitatif. Alfabeta.

Wijaya, D. (2020). Strategi Betor (Becak Bermotor) dalam Menghadapi Transportasi Online. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.

Yunus, E. (2016). Manajemen Strategis. Penerbit Andi.