

# Mewujudkan Ekosistem Ojek Online

yang Menyejahterakan,  
Berkelanjutan, dan  
Berkeadilan



April 2026

**Riset dan Rekomendasi Kebijakan**

**Mewujudkan Ekosistem Ojek  
Online yang Menyejahterakan,  
Berkelanjutan, dan Berkeadilan**

Paramadina Public Policy Institute &  
Institute for Development of Economics and Finance

April 2026



# Tim Peneliti Paramadina Public Policy Institute & Institute for Development of Economics and Finance

<b>Advisor</b>	: Wijayanto Samirin, M.P.P. Eko Listiyanto, M.S.E.
<b>Project Leader</b>	: Ahmad Khoirul Umam, Ph.D.
<b>Vice Project Leader</b>	: Eisha Maghfiruha Rachbini, Ph.D.
<b>Administration</b>	: Alia Rahmatulummah, M.Sos.
<b>Researcher</b>	: Dr. M. Rizal Taufikurahman Muhamad Rosyid Jazuli, M.P.P, Ph.D. Muhammad Fajar Anandi, M.G.P.P. Annisa Rizkiayu Leofianti, M.Psi., Psikolog Fadhila Maulida, M.S.E. Maisie Sagita Gunawan, S.T. Fathie Hamadi, S.Sos.

Layout & Design:  
Muhammad Rifqi, S.Sn., M.I.Kom.

## **Ucapan Terima Kasih**

Kami menyampaikan apresiasi setinggi-tingginya kepada mitra pengemudi ojek online yang merupakan para pejuang keluarga, serta perusahaan aplikasi dan perwakilan pemerintah dari berbagai kementerian/lembaga yang menjadi mitra konsultasi selama riset ini berlangsung. Terima kasih juga kepada seluruh narasumber, fasilitator, dan tim pendukung yang telah berkontribusi dalam penyusunan laporan ini.

## **Ketentuan Penggunaan**

Dokumen ini dipublikasikan sebagai kontribusi untuk diskusi kebijakan publik. Temuan, interpretasi, dan kesimpulan merupakan hasil proses riset kolaboratif, dan tidak selalu mencerminkan pandangan resmi seluruh institusi/afiliasi/mitra/pemangku kepentingan yang terlibat. Penyebutan pihak atau merk dilakukan untuk kepentingan analisis, bukan dukungan atau rekomendasi komersial. Pengguna bertanggung jawab atas pemanfaatan dokumen ini dan laporan ini bukan nasihat hukum/keuangan yang mengikat.

Hak Cipta © 2026 oleh PPPI dan INDEF. Seluruh hak cipta dilindungi Undang-Undang. Tidak ada bagian dari publikasi ini yang boleh diperbanyak, disimpan, atau ditransmisikan dalam bentuk apa pun tanpa izin tertulis penerbit, kecuali kutipan singkat dengan pencantuman sumber yang tepat menggunakan kaidah baku yang diizinkan.

### **Paramadina Public Policy Institute (PPPI)**

Universitas Paramadina, Jl. Raya Mabes Hankam Kav. 9, Cipayung,  
Jakarta, Indonesia, 13880  
[www.policy.paramadina.ac.id](http://www.policy.paramadina.ac.id)

### **Institute for Development of Economics and Finance (INDEF)**

Jl. Batu Merah No.45, Pejaten Timur, Pasar Minggu  
Jakarta, Indonesia 12510  
[www.indef.or.id](http://www.indef.or.id)

### **Narahubung untuk pertanyaan dan media:**

Alia Rahmatulummah – Manajer PPPI  
Email: [alia.rahmatulummah@paramadina.ac.id](mailto:alia.rahmatulummah@paramadina.ac.id)

# Kata Pengantar

---

Berangkat dari masih terbatasnya kajian dan ketersediaan data yang akurat mengenai peran, kapasitas, serta strategi pengembangan ekosistem transportasi *online* di Indonesia, *Paramadina Public Policy Institute* (PPPI) dan *Institute for Development of Economics and Finance* (INDEF) menyusun riset kolaboratif berjudul “Mewujudkan Ekosistem Ojek *Online* yang Menyejahterakan, Berkelanjutan, dan Berkeadilan.” Riset ini disusun untuk menjawab kebutuhan mendesak akan bukti empiris yang dapat memperkaya perumusan kebijakan publik di tengah perubahan cepat ekonomi digital dan transformasi mobilitas perkotaan di Indonesia.

Dalam satu dekade terakhir, ojek *online* telah menjadi bagian dari infrastruktur sosial-ekonomi Indonesia. Sektor ini mengubah cara masyarakat bergerak, menghubungkan konsumen dengan layanan, serta membuka ruang pendapatan bagi kelompok pekerja yang sering berada di tepi pasar kerja formal.

Namun, transformasi ini tidak berlangsung tanpa ketegangan dan tantangan. Muncul pertanyaan-pertanyaan kebijakan yang semakin relevan: bagaimana memastikan pengemudi memperoleh perlindungan minimum tanpa mematikan fleksibilitas yang menjadi karakter kerja platform; bagaimana menjaga keberlanjutan model bisnis dan kualitas layanan di tengah persaingan tarif dan promosi; serta bagaimana menata kerangka regulasi yang adaptif ketika mandat pemerintah tersebar lintas sektor.

Karena itu, riset ini diposisikan bukan sekadar sebagai evaluasi industri, melainkan sebagai kontribusi untuk memperjelas pilihan-pilihan kebijakan yang realistis dalam konteks Indonesia.

Di saat yang sama, isu ojek *online* di Indonesia juga memiliki resonansi global. Dunia sedang menghadapi pergeseran besar menuju ekonomi platform, peningkatan kerja non-standar, dan kebutuhan tata kelola yang mampu menyeimbangkan inovasi dengan keadilan sosial. Pengalaman Indonesia (dengan dominasi roda dua, skala pengemudi yang besar, serta ketergantungan mobilitas harian masyarakat pada layanan platform) menawarkan pelajaran penting bagi diskursus internasional tentang masa depan kerja, inklusi ekonomi, dan tata kelola mobilitas.

Kami menyampaikan terima kasih dan apresiasi setinggi-tingginya kepada para narasumber, pemangku kepentingan, pembuat kebijakan, serta seluruh pihak yang telah mendukung proses penyusunan laporan ini, termasuk para mitra pengemudi dan masyarakat pengguna ojek *online* yang menjadi responden survei serta partisipan diskusi.

Kami berharap laporan ini dapat menjadi rujukan berbasis data yang memperkaya dialog kebijakan nasional mengenai ekonomi platform. Semoga temuan dan rekomendasi dalam laporan ini dapat mendorong terbentuknya ekosistem ojek *online* yang produktif secara ekonomi, adil secara sosial, dan berkelanjutan bagi semua pihak.

Jakarta, 29 April 2026

**Ahmad Khoirul Umam, PhD**  
*Project Leader*  
Managing Director Paramadina Public Policy Institute (PPPI)

# Ringkasan Eksekutif

---

Perkembangan ekosistem ojek *online* telah menjadi salah satu transformasi struktural paling signifikan dalam perekonomian Indonesia selama satu dekade terakhir. Ride-hailing platform atau layanan transportasi berbasis aplikasi daring yang menghubungkan penumpang dengan pengemudi secara instan, tidak hanya mengubah cara masyarakat bermobilitas, tetapi juga membuka lapangan kerja bagi jutaan pengemudi. Layanan tersebut juga menciptakan nilai tambah bagi sektor Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM), logistik dan ekonomi digital secara lebih luas. Namun demikian, pesatnya pertumbuhan ini juga memunculkan tantangan serius terkait kesejahteraan mitra, keberlanjutan usaha, persaingan usaha yang sehat, serta keadilan dalam relasi antara perusahaan aplikasi, pengemudi dan konsumen. Dalam konteks inilah penelitian berjudul “Mewujudkan Ekosistem Ojek *Online* yang Menyejahterakan, Berkelanjutan, dan Berkeadilan” menjadi relevan sebagai basis perumusan kebijakan publik yang adaptif, dan inklusif.

Dilaksanakan oleh Paramadina *Public Policy Institute* (PPPI), dan *Institute for Development of Economics and Finance* (INDEF) pada rentang periode Oktober 2025 hingga Maret 2026, penelitian ini bertujuan untuk memetakan kondisi aktual ekosistem ojek *online* di Indonesia, mengidentifikasi tantangan struktural yang dihadapi para pelaku, serta merumuskan rekomendasi kebijakan berbasis bukti untuk memperkuat keberlanjutan industri. Penelitian ini menggunakan pendekatan mixed methods, yaitu kombinasi kualitatif, dan kuantitatif.

Pendekatan kuantitatif dijalankan melalui perhitungan dampak ekonomi, dan ketenagakerjaan dengan menggunakan metode Keseimbangan Umum Terkomputasi (CGE), dan survei. Survei nasional terhadap pengemudi, dan terhadap masyarakat pengguna ojek *online* dijalankan dengan masing-masing 1.000 responden. Pendekatan itu diperkuat dengan analisis big data yang melibatkan lebih dari 1.100 artikel media, dan 4.000

percakapan media sosial. Sedangkan pendekatan kualitatif ditempuh melalui analisis data sekunder berupa kajian literatur, dan regulasi, serta rangkaian *Focus Group Discussion* (FGD), dan in-depth interview pada Desember 2025, bersama pemangku kepentingan utama, yakni perwakilan perusahaan aplikasi, regulator, dan perwakilan pengemudi.

Temuan utama penelitian ini menunjukkan bahwa ekosistem ojek *online* telah memberikan kontribusi ekonomi, dan sosial yang signifikan, terutama melalui efek pengganda (*multiplier effect*) berupa tersedianya lapangan kerja yang fleksibel, meningkatnya akses layanan transportasi yang terjangkau, meningkatnya konsumsi rumah tangga, efisiensi logistik dan produktivitas sektor-sektor terkait, serta pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB), yang terbukti jauh lebih besar daripada dampak langsung. Industri bahkan berhasil menekan inflasi. Ojek *online* juga berperan sebagai *demand enabler*, dan *cost reducer*, yang memperkuat daya saing ekonomi perkotaan, dan mendukung perkembangan UMKM.

Namun demikian, penelitian ini juga mencatat sejumlah tantangan struktural, terutama terkait kualitas pekerjaan yang berkarakteristik informal, fluktuasi pendapatan pengemudi, jaminan perlindungan sosial, serta isu keberlanjutan ekosistem ojek *online*. Di sisi industri, berbagai aspek seperti tarif, komisi, promosi dan status kemitraan, lebih dipengaruhi oleh dinamika pasar, kebutuhan menjaga keberlanjutan bisnis, serta belum sepenuhnya terbangunnya kerangka regulasi yang utuh. Dalam konteks ini, perusahaan aplikasi dihadapkan pada trilema, yaitu antara menjaga keterjangkauan layanan, kesejahteraan mitra dan keberlanjutan usaha.

Berdasarkan temuan tersebut, penelitian ini menawarkan enam rekomendasi, yang diringkaskan sebagai berikut:

- 1 Mendorong kolaborasi antar perusahaan aplikasi lewat penguatan asosiasi untuk membangun ekosistem industri yang kondusif, termasuk melalui pengaturan standar bersama. Selain itu perlu membentuk *policy forum* yang melibatkan pakar independen, sebagai kanal dialog dengan para pemangku kepentingan, termasuk pengambil kebijakan.
- 2 Mendorong agar Pemerintah merumuskan, dan menetapkan definisi tentang “ojek *online* roda dua” di dalam UU terkait yang ada (UU LLAJ) atau UU yang akan datang seperti RUU Sistranas. Hal ini penting untuk memastikan payung hukum yang kuat untuk industri ojek *online*.
- 3 Mendorong pemerintah untuk menunjuk satu Kementerian pengampu untuk memperbaiki koordinasi lintas Kementerian, dan Lembaga (K/L). Secara paralel, perlu dibentuk komite lintas K/L, yang terdiri dari Kementerian UMKM, Kementerian Komunikasi dan Digital, Kementerian Tenaga Kerja, serta Kementerian Perhubungan, untuk mempermudah koordinasi.
- 4 Mendorong penetapan kebijakan tarif yang bertumpu pada kemampuan dan kemauan membeli masyarakat berdasarkan masing-masing daerah yang dihitung berbasis data empiris dengan metode yang tepat.
- 5 Mendorong penetapan komisi yang mempertimbangkan keberlanjutan ekosistem ojek *online*, termasuk keberlanjutan industri, ketersediaan, dan kualitas layanan, kesejahteraan pengemudi serta kemampuan membayar konsumen.
- 6 Mempertahankan model kemitraan diiringi upaya serius memperbaiki kesejahteraan pengemudi, termasuk melalui perlindungan minimum berupa jaminan sosial/asuransi.
- 7 Mewajibkan perusahaan aplikasi untuk memperkuat standar keselamatan, termasuk dalam hal rekrutmen/pelatihan, fitur keselamatan, asuransi dan evaluasi layanan. Secara paralel, pemerintah menetapkan, dan mengawasi standar minimum keselamatan yang idealnya diatur dalam sebuah Permenhub.



# Daftar Isi

---

Ringkasan Eksekutif – vi

Daftar Isi – viii

Daftar Gambar – x

Daftar Tabel – xi

Daftar Singkatan – xii

01

## Latar Belakang Studi dan Tantangan Ekonomi Indonesia – 1

1.1 Mengapa Studi Ini Dilaksanakan – 1

1.2 Tantangan Utama Perekonomian Indonesia – 3

1.2.1 Pelemahan Daya Beli Masyarakat – 3

1.2.2 Tantangan Keberlanjutan Fiskal – 4

1.2.3 Deindustrialisasi Dini yang Berujung pada Dominasi Sektor Informal – 4

1.3 Investasi, Iklim Berusaha, dan Pertumbuhan Sektor Pencipta Lapangan Kerja – 6

1.4 Perkembangan Ojek *Online*: Global, Regional, Nasional – 7

1.5 Tujuan Penelitian – 8

1.6 Metodologi Penelitian – 9

02

## Dampak Ekonomi Ojek *Online* – 13

2.1 Model CGE dan Simulasi Kebijakan Ojek *Online* – 13

2.2 Dampak Ojek *Online* terhadap Lapangan Kerja – 14

2.3 Dampak Ojek *Online* terhadap Nilai Tambah – 15

2.3.1 Dampak terhadap Sisi Input atau Produksi – 15

2.3.2 Dampak terhadap Sisi Output atau Pengeluaran – 15

2.4 Dampak Ojek *Online* terhadap PDB – 16

2.5 Dampak terhadap Indikator Makroekonomi Utama – 17

2.6 Dampak terhadap Kinerja Sektoral – 18

03

## Tantangan dan Peluang Ojek *Online* – 23

3.1 Fragmentasi Kewenangan dan Disharmoni Regulasi – 23

3.1.1 Kompleksitas dan Divergensi Regulasi Global – 23

3.1.2 Status Ojek *Online* Roda Dua – 25

3.1.3 Koordinasi antar Kementerian/Lembaga – 26

3.1.4 Ketidakpastian Kementerian Pengampu – 26

3.2 Penetapan Tarif Promosi Ojek *Online* – 28

3.2.1 Persaingan Tarif dan Promosi – 28

3.2.2 Dampak Perang Tarif dan Promosi – 30

3.2.3 Kenaikan Tarif dan Kompleksitas Implikasinya – 33

3.3 Tantangan Penetapan Besaran Komisi – 38

- 3.3.1 Komisi 10 Persen atau 20 Persen – 38
- 3.3.2 Komisi Fleksibel vs. Tetap – 40
- 3.4 Benturan Status Kemitraan – 41
  - 3.4.1 Narasi di Publik vs. Keinginan Rill Pengemudi – 41
  - 3.4.2 Zona Abu-abu Hubungan Kerja – 43
- 3.5 Kualitas Layanan, Jaminan Keamanan, dan Tingkat Kesejahteraan Pengemudi – 45
  - 3.5.1 Regulasi Terkait Standar Keamanan dan Layanan Penumpang – 45
  - 3.5.2 Standar Layanan Penumpang – 45
  - 3.5.3 Jaminan Keamanan Penumpang Maupun Pengemudi – 46
  - 3.5.4 Ketersediaan Jaminan Sosial dan Tingkat Kesejahteraan Pengemudi – 47

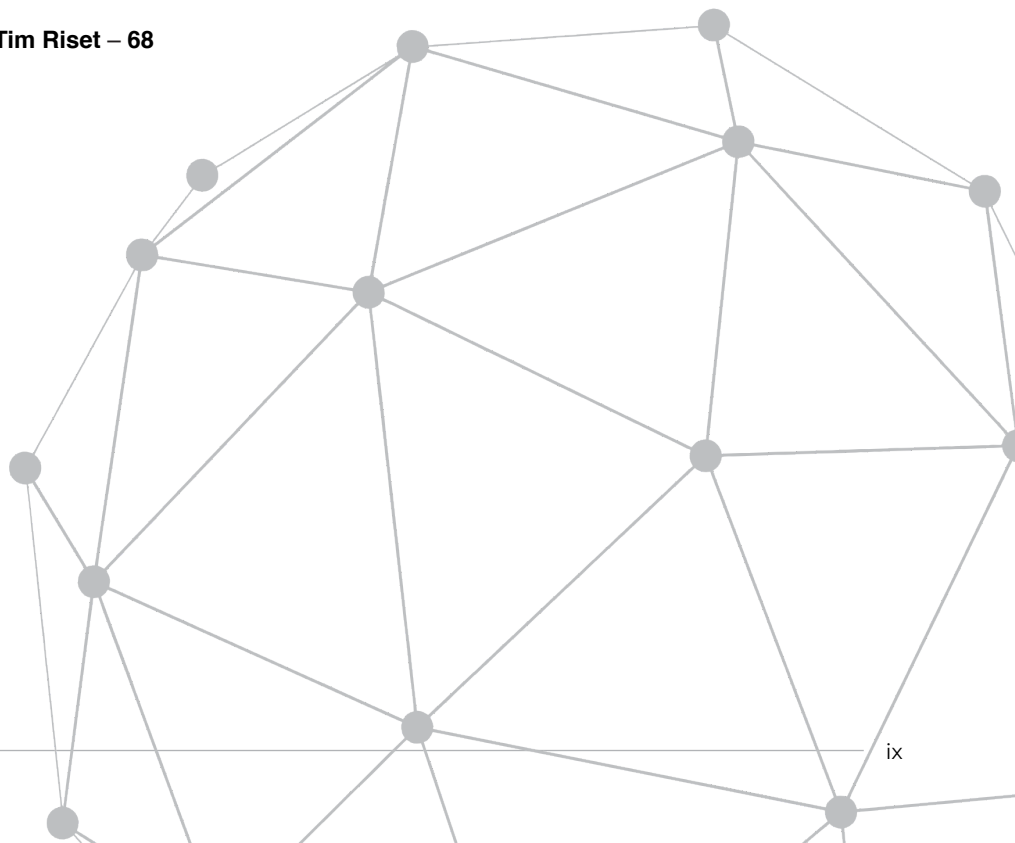
#### 04 **Rekomendasi Kebijakan Penguatan Ojek Online – 48**

- 4.1 Berkolaborasi Mewujudkan Ekosistem Industri Berkeadilan – 53
- 4.2 Definisi yang Jelas – 54
- 4.3 Kewenangan yang Jelas – 55
- 4.4 Penataan Tarif – 56
- 4.5 Pengaturan Komisi – 57
- 4.6 Status Kemitraan dan Perbaikan Kesejahteraan – 58
- 4.7 Perbaikan Standar Keselamatan dan Pengawasan – 59

#### 05 **Penutup – 65**

**Referensi – 67**

**Biodata Singkat Tim Riset – 68**



# Daftar Gambar

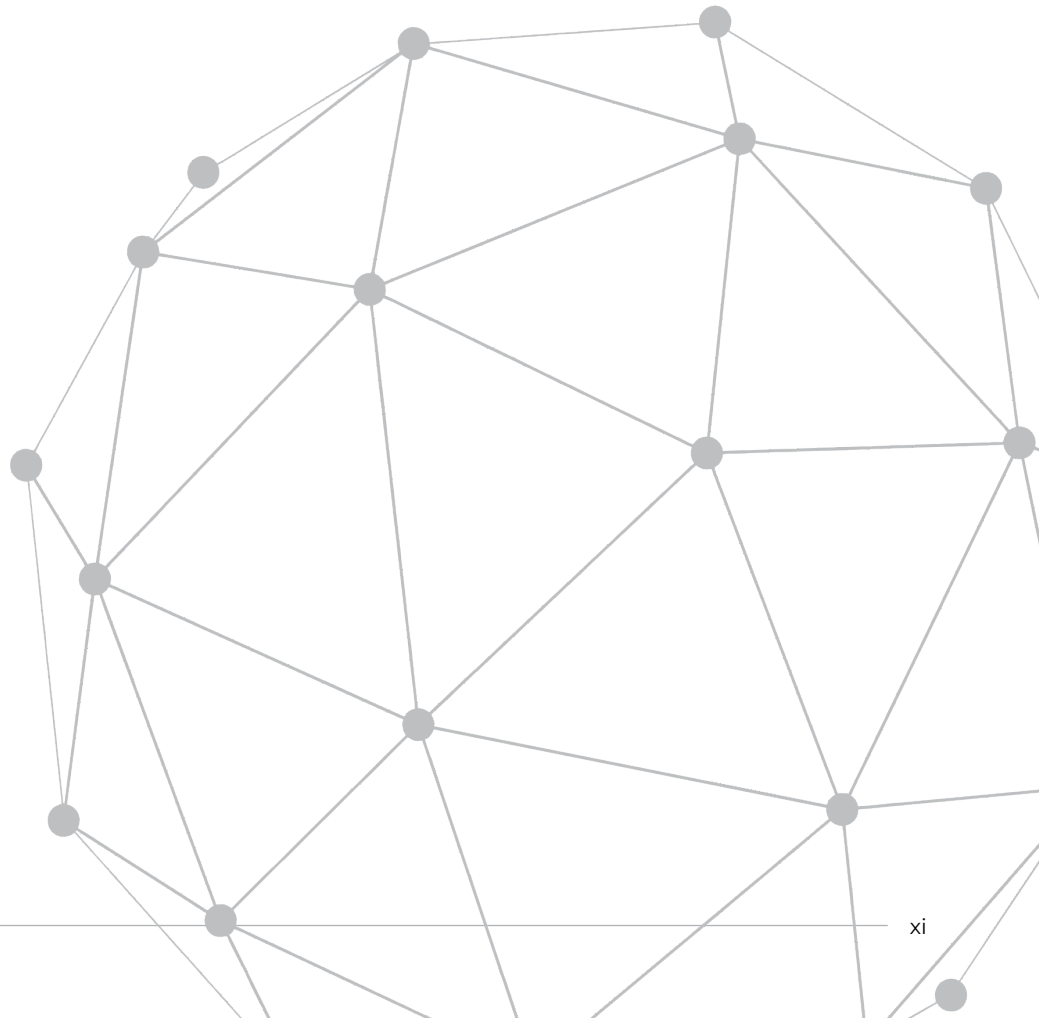
---

- Gambar 1.1. Upah Riil, dan Nominal (Juta) – 3
- Gambar 2.1. Dampak Industri Transportasi *Online* Terhadap Jumlah Tenaga Kerja (Rp triliun) – 14
- Gambar 2.2. Dampak Industri Transportasi *Online* Terhadap Pembentukan Nilai Tambah (Rp triliun) – 15
- Gambar 2.3. Dampak Industri Transportasi *Online* Terhadap Konsumsi Rumah Tangga – 16
- Gambar 2.4. Dampak Industri Transportasi *Online* Terhadap Nilai PDB – 16
- Gambar 2.5. Dampak Industri Transportasi *Online* Terhadap Laju Pertumbuhan PDB Nasional – 17
- Gambar 2.6. Dampak Industri Transportasi *Online* Terhadap Beberapa Indikator Makroekonomi Utama – 18
- Gambar 3.1. Pengetahuan Pengguna mengenai Promo berdasarkan Pendapatan Pengguna – 29
- Gambar 3.2. Pengetahuan, dan Persepsi Pengemudi terkait Promo – 30
- Gambar 3.3. Pertimbangan Pengguna Memilih Layanan Ojek *Online* dan Faktor Penyebab Perbedaan Tarif Ojek *Online* Antar Aplikasi – 31
- Gambar 3.4. Ketersediaan Pengguna Tetap Menggunakan Ojek *Online* saat Promo Berkurang – 31
- Gambar 3.5. Alasan Pengguna Bertahan maupun Berpindah dari Aplikasi ojek *online* saat Promo Berkurang – 32
- Gambar 3.6. Persepsi Dampak Promo terhadap Kondisi Kerja Pengemudi – 32
- Gambar 3.7. Dampak Promo terhadap Pendapatan, Jumlah Order dan Insentif Pengemudi – 33
- Gambar 3.8. Respon Pengemudi Terhadap Kebijakan Kenaikan Tarif Minimum – 33
- Gambar 3.9. Respons Pengguna Terhadap Kenaikan Tarif Ojek *Online* – 34
- Gambar 3.10. Respons Pengguna terhadap Kenaikan Tarif Ojek *Online* – 34
- Gambar 3.11. Ketersediaan Membayar Tambahan Tarif Berdasarkan Pendapatan Pengguna – 35
- Gambar 3.12. Alasan Loyalitas Pengemudi Terhadap Penggunaan Aplikasi Dengan Komisi Sebagai Faktor Pertimbangan Keputusan – 38
- Gambar 3.13. Preferensi Pengemudi Dalam Menentukan Aplikasi Ojek *Online* Sebagai Mitra Kerja berdasarkan Besaran Potongan Komisi – 39
- Gambar 3.14. Persepsi Pengemudi Terkait Perlakuan atau Layanan Aplikasi Dengan Tingkat Komisi yang Berbeda – 39
- Gambar 3.15. Pilihan Status Kerja yang Diharapkan Pengemudi Ojek *Online* – 41
- Gambar 3.16. Alasan Utama Pengemudi Memilih Status Kemitraan – 42
- Gambar 3.17. Persepsi Hubungan Kerja Pengemudi dengan Aplikasi – 43
- Gambar 3.18. Pertimbangan Saat Memilih Ojek *Online* – 45
- Gambar 3.19. Awareness Pengemudi Ojek *Online* Terhadap Layanan Bantuan Darurat Perusahaan Aplikasi – 46
- Gambar 3.20. Pengalaman Pengemudi Ojek *Online* atas Layanan Bantuan Darurat Perusahaan Aplikasi – 46
- Gambar 3.21. Penilaian Pengemudi terhadap Kualitas Layanan Bantuan Darurat Perusahaan Aplikasi – 47
- Gambar 3.22. Persepsi Pengemudi jika Terjadi Kenaikan Tarif Minimum Ojek *Online* – 48
- Gambar 3.23. Pengalaman Pengemudi dalam Menerima Insentif atau Bonus – 48
- Gambar 3.24. Tingkat Kepuasan Pengemudi atas Nilai Insentif atau Bonus yang Diberikan Perusahaan Aplikasi – 49

# Daftar Tabel

---

- Tabel 2.1. Dampak Industri Transportasi *Online* Terhadap Kinerja Ekonomi Sektoral – 19
- Tabel 3.1. Ringkasan Dinamika Pengaturan Industri Transportasi *Online* Indonesia  
Dibanding Negara Lainnya – 25
- Tabel 3.2. Rangkuman berbagai Regulasi terkait Ojek *Online* – 27
- Tabel 3.3. Alasan loyalitas pengemudi terhadap penggunaan aplikasi dengan komisi sebagai  
faktor pertimbangan keputusan – 38
- Tabel 3.4. Perbandingan kebijakan transportasi *online* di asia Tenggara – 40
- Tabel 3.5. Preferensi Status Ketenagakerjaan Pengemudi Ojek *Online* – 42



# Daftar Singkatan

---

APBN	: Anggaran Pendapatan, dan Belanja Negara
BPS	: Badan Pusat Statistik
CGE	: Computable General Equilibrium
FGD	: Focus Group Discussion
INDEF	: Institute for Development of Economics and Finance
Kemnaker	: Kementerian Ketenagakerjaan
Kemenhub	: Kementerian Perhubungan
Komdigi	: Kementerian Komunikasi dan Digital
LLAJ	: Lalu Lintas dan Angkutan Jalan
PDB	: Produk Domestik Bruto
PP	: Peraturan Pemerintah
PPPI	: Paramadina Public Policy Institute
PSTE	: Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik
PSE	: Penyelenggara Sistem Elektronik
SNSE	: Sistem Neraca Sosial Ekonomi
Susenas	: Survei Sosial Ekonomi Nasional
Sakernas	: Survei Angkatan Kerja Nasional
UMKM	: Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah
UU	: Undang-Undang







# Latar Belakang Studi dan Tantangan Ekonomi Indonesia

---

## 1.1. Mengapa Studi Ini Dilaksanakan

Perkembangan ekosistem digital telah merevolusi pola mobilitas manusia, dan barang, sekaligus memberikan kontribusi terhadap perekonomian. Di Indonesia, manifestasi dari dinamika ini adalah pertumbuhan sektor transportasi *online* yang didominasi oleh layanan ojek roda dua. Berbagai studi menunjukkan bahwa sektor ini tidak saja berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi, tetapi juga menyerap tenaga kerja dalam skala besar, mencakup jutaan pengemudi serta mitra usaha, termasuk UMKM, yang terintegrasi dalam platform digital.

Dalam konteks tersebut, ojek *online* berfungsi ganda, yaitu sebagai pencipta lapangan kerja, dan fasilitator pertumbuhan ekonomi yang inklusif. Ia membuka akses terhadap sumber pendapatan tambahan bagi kelompok masyarakat yang sebelumnya memiliki keterbatasan pilihan kerja. Namun demikian, pema-

haman publik, dan kerangka regulasi terhadap inovasi model bisnis ini masih belum memadai.

Sebagai contoh, hingga saat ini, ojek *online* belum diatur secara eksplisit dalam undang-undang induk, melainkan diatur melalui beberapa peraturan turunan. Sementara Undang-Undang Lalu Lintas, dan Angkutan Jalan (UU LLLAJ) yang ada belum sepenuhnya mengakomodasi karakter transportasi berbasis aplikasi. Ketiadaan payung hukum yang jelas mendorong munculnya respons kebijakan yang bersifat reaktif, dan parsial.

Dari sisi internal industri, perusahaan aplikasi menghadapi dilema serius akibat persaingan tarif, dan strategi promosi yang agresif sehingga menekan margin usaha. Kondisi ini kerap berseberangan dengan persepsi publik yang menganggap perusahaan aplikasi sebagai pihak yang menikmati keuntungan besar, dan memiliki posisi ekonomi dominan. Lemahnya



▲ (Grid.ID)

koordinasi antar-perusahaan aplikasi, serta minimnya wadah komunikasi yang efektif dengan para pemangku kepentingan, semakin meningkatkan kompleksitas permasalahan.

Di sisi pengemudi, fleksibilitas kerja yang mereka dapatkan adalah nilai tambah penting sektor ini. Namun, ketidakpastian pendapatan, dan kesejahteraan memunculkan isu ketidakadilan serta tuntutan yang seringkali tidak sejalan dengan karakter model bisnis ini.

Tantangan eksternal juga muncul dari fragmentasi kewenangan pemerintah, yang tersebar di berbagai kementerian teknis. Akibatnya, proses perumusan regulasi menjadi lambat, dan kurang adaptif. Kendati demikian, pemerintah mulai menunjukkan perhatian serius melalui agenda legislasi, termasuk revisi UU LLAJ. Tantangan utamanya adalah memastikan regulasi memberikan kepastian hukum tanpa menghambat inovasi, dan pertumbuhan industri.

Sementara itu dari sisi inovasi, model bisnis sektor ini pun masih terus berkembang dan diperdebatkan, misalnya terkait apakah perusahaan aplikasi adalah perusahaan teknologi, penyedia jasa transportasi, atau integrator UMKM. Kondisi ini berimplikasi langsung pada perdebatan terkait struktur tarif, skema komisi, status hubungan kerja pengemudi, serta kementerian yang akan menjadi kementerian pengampu.

Berbagai kompleksitas tersebut mendorong dilakukannya studi ini. Penelitian ini menggunakan pendekatan multi-perspektif, meliputi regulasi, tarif, komisi dan kemitraan, guna memahami dinamika kepentingan yang berkembang serta merumuskan opsi kebijakan yang seimbang. Laporan ini diharapkan menjadi rujukan bagi pembuat kebijakan, dan pelaku industri dalam menyusun regulasi ojek *online* yang lebih adaptif, adil, dan berkelanjutan.

## 1.2. Tantangan Utama Perekonomian Indonesia

Terlepas dari dinamika perkembangannya, ojek *online* di Indonesia tumbuh dalam era ekonomi nasional yang penuh tantangan, di antaranya: pelemahan daya beli, tantangan keberlanjutan fiskal serta deindustrialisasi dini yang berujung pada dominasi sektor informal. Bagian ini membahas tiga tantangan tersebut, dan relevansinya terhadap perkembangan industri ojek *online* di Indonesia.

### Pelemahan Daya Beli Masyarakat

Konsumsi rumah tangga merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia, secara konsisten menyumbang sekitar 55 persen PDB. Namun dalam beberapa tahun terakhir, pertumbuhan konsumsi rumah tangga tertinggal dibandingkan laju pertumbuhan ekonomi nasional. Pelemahan ini semakin nyata ketika dilihat dari indikator konsumsi jangka panjang.

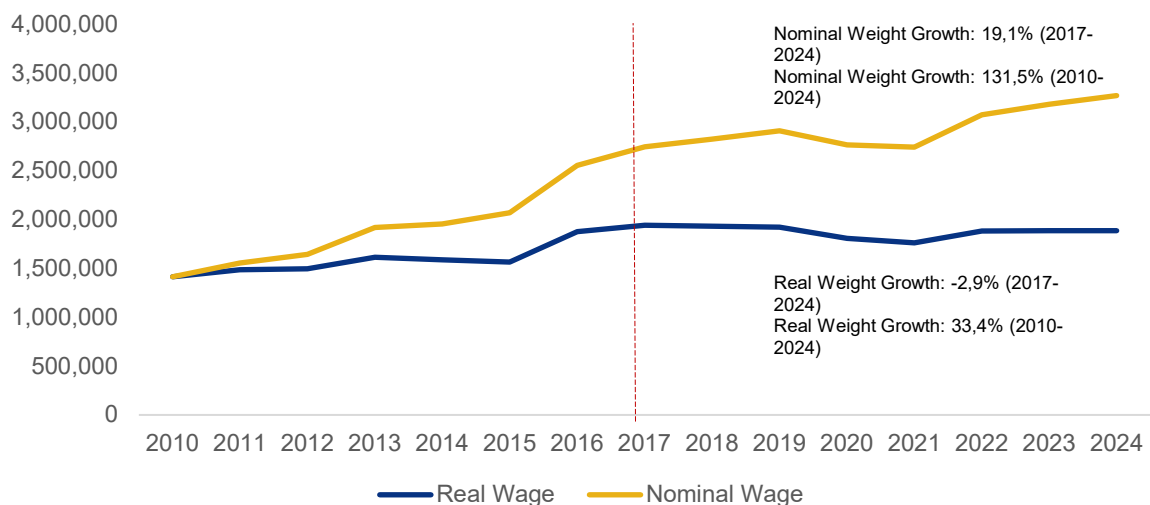
Dalam kehidupan sehari-hari, tekanan paling dirasakan muncul dari kenaikan harga pangan, transportasi, energi, dan biaya pendidikan, empat komponen pengeluaran yang relatif tidak elastis, dan sulit dihindari.

Kombinasi faktor-faktor ini menggerus konsumsi rumah tangga.

Masalah tidak berhenti pada sisi harga, kemampuan pendapatan untuk mengimbangi tekanan tersebut juga terbatas. Survei Angkatan Kerja Nasional (Sakernas) menunjukkan bahwa meskipun pendapatan nominal pada periode 2017-2024 meningkat, secara riil justru mengalami penurunan. Untuk mempertahankan standar hidup, sebagian rumah tangga terpaksa menggerus tabungan atau menutup kesenjangan konsumsi melalui kredit konsumtif. Ini tercermin jelas pada penurunan saldo tabungan kelas menengah, dan bawah, serta lonjakan pinjaman berbasis fintech.

Fenomena ini menunjukkan meningkatnya kehati-hatian belanja rumah tangga, dan menurunnya kepercayaan terhadap pendapatan di masa depan. Dalam konteks ekonomi digital, termasuk ojek *online*, tekanan daya beli membuat konsumen semakin sensitif terhadap harga, dan bergantung pada promosi atau diskon. Jika terus terjadi, kondisi ini berisiko mengganggu keberlanjutan sektor ini.

Gambar 1.1. Upah Riil dan Nominal



Sumber: Sakernas, Base Year 2010

## Tantangan Keberlanjutan Fiskal

Pelemahan konsumsi tidak hanya berdampak pada rumah tangga, dan dunia usaha, tetapi juga berimplikasi langsung pada kesehatan fiskal negara. Dari sisi pendapatan pemerintah, Indonesia telah memasuki fase stagnasi rasio pajak. Penerimaan perpajakan bertahan di kisaran 10 persen PDB selama satu dekade terakhir, dan bahkan mencapai hanya 9,31 persen di tahun 2025, salah satu yang terendah di Asia Tenggara. Rasio yang rendah ini bersifat struktural, dan diperkirakan sulit didongkrak dalam jangka pendek, bahkan berisiko stagnan dalam jangka menengah.

Di sisi lain, belanja negara terus menghadapi tekanan. Program-program strategis berskala besar, belanja perlindungan sosial, serta beban bunga utang terus menyerap anggaran. Defisit Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN) memang dijaga di bawah tiga (3) persen PDB, namun pembiayaan di luar perhitungan defisit resmi turut mendorong lonjakan rasio utang pemerintah serta proporsi belanja yang dialokasikan untuk membayar bunga, dan cicilan pokok utang (*debt service ratio*) yang saat ini mencapai sekitar 50 persen.

Tekanan ini mendorong pemerintah menguras cadangan kas yang selama ini ditempatkan di Bank

Indonesia. Hampir separuh Saldo Anggaran Lebih (SAL) digunakan untuk menopang likuiditas perbankan, dan membiayai program-program prioritas. Dampaknya, topangan (*buffer*) fiskal untuk menghadapi guncangan ekonomi di masa depan semakin menipis dan keberlanjutan fiskal mulai dipertanyakan oleh pelaku pasar, dan investor global.

## Deindustrialisasi Dini yang Berujung pada Dominasi Sektor Informal

Di tengah pelemahan daya beli, dan tekanan fiskal, struktur ekonomi Indonesia menghadapi tantangan yang lebih mendasar yakni deindustrialisasi dini. Sejarah pembangunan ekonomi global baik di Eropa, Amerika, dan Asia menunjukkan bahwa industrialisasi berbasis manufaktur merupakan jalur utama bagi negara berpenduduk besar dengan kekayaan alam terbatas, untuk menjadi negara maju, dan berpendapatan tinggi. Indonesia justru menyimpang dari pola tersebut.

Pada 2002, sektor manufaktur menyumbang hingga 32 persen PDB. Namun sejak itu kontribusinya terus mengalami penurunan dan hal ini terjadi pada saat tingkat pendapatan per kapita Indonesia masih berada pada kategori menengah-bawah. Saat ini, kontribusi manufaktur hanya sekitar 18,9 persen dari PDB.





▲ 'starling' atau 'starbucks' keliling (Kompas.com)

Jika komoditas *Crude Palm Oil* (CPO) dikeluarkan dari perhitungan, rasio tersebut merosot hingga mendekati 16 persen. Kondisi ini menunjukkan Indonesia berisiko terjebak dalam perangkap negara berpendapatan menengah.

Situasi tersebut kian mengkhawatirkan karena penurunan proporsi sektor manufaktur tidak diimbangi oleh pertumbuhan sektor jasa bernilai tambah tinggi. Sebaliknya, pertumbuhan justru didominasi oleh sektor jasa *non-tradable* berproduktivitas rendah. Fenomena ini tercermin di wilayah perkotaan dari menjamurnya warung kaki lima, 'starling' atau 'starbucks' keliling, pedagang asongan, pengamen, tukang parkir, polisi 'cepek', serta berbagai bentuk pekerjaan informal lainnya.

Akibatnya, sektor informal semakin mendominasi pasar tenaga kerja. Saat ini sekitar 59 persen pekerja

adalah pekerja sektor informal, bahkan sebagian pelaku usaha memperkirakan proporsinya sudah mendekati 70 persen. Artinya, antara 82 hingga 102 juta pekerja menggantungkan hidup pada pekerjaan yang umumnya minim perlindungan, berproduktivitas rendah dan berpendapatan tidak stabil.

Fenomena *underemployment* juga meluas. Ini tercermin dari banyaknya pekerja yang bekerja di atas jam normal dengan penghasilan yang kurang memadai, atau hanya memperoleh pekerjaan paruh waktu karena terbatasnya ketersediaan lapangan kerja formal. Dalam konteks ini, tingkat pengangguran yang relatif rendah, yaitu 4,85 persen, tidak mencerminkan kesehatan pasar tenaga kerja maupun kesejahteraan pekerja.

### 1.3. Investasi, Iklim Berusaha, dan Pertumbuhan Sektor Pencipta Lapangan Kerja

Di tengah berbagai tantangan ekonomi di atas, kebutuhan untuk memperkuat pondasi pertumbuhan ekonomi menjadi semakin mendesak. Salah satu pilar untuk mewujudkannya adalah menarik lebih banyak investasi, baik domestik maupun asing.

Dalam satu dekade terakhir, Indonesia berhasil menarik Penanaman Modal Asing (PMA) dalam jumlah signifikan. Sayangnya investasi tersebut lebih banyak menysasar sektor sumber daya alam dan hilirisasi. Sementara itu, untuk sektor manufaktur, dan teknologi yang menjanjikan nilai tambah tinggi, magnet Indonesia kalah kuat dibanding negara tetangga seperti Vietnam, Thailand, Malaysia, dan Singapura. Masalah konsistensi kebijakan, keandalan birokrasi, kualitas sumber daya manusia, dan efisiensi jaringan logistik masih menjadi catatan para investor.

Reformasi struktural, seperti implementasi *Omnibus Law* Cipta Kerja, upaya digitalisasi layanan perizinan, serta pembangunan ekosistem investasi yang lebih *pro-growth*, dan *pro-job*, sangat mendesak. Dalam konteks ekonomi digital, kepastian regulasi yang mendukung inovasi layanan, dan peluang kolaborasi lintas bidang sangat diperlukan.

Dominasi sektor padat modal berbasis sumber daya alam di Indonesia pada akhirnya perlu diimbangi dengan upaya mendorong pertumbuhan sektor padat karya yang berorientasi masa depan. Dalam konteks deindustrialisasi dini, dan terbatasnya penciptaan lapangan kerja formal, sektor ekonomi digital, khususnya ojek *online*, telah terbukti memainkan peran strategis sebagai *employment buffer*, dan sumber pendapatan bagi jutaan pekerja, terutama pasca pandemi (Permana et al., 2022).

Ojek *online*, logistik instan dan *marketplace* berperan penting dalam menyerap tenaga kerja, mendorong mobilitas ekonomi dan menjaga stabilitas sosial di tengah tekanan ekonomi. Namun, kontribusi ini tidak akan berkelanjutan tanpa kebijakan yang mendukung inovasi, kepastian usaha dan perlindungan kerja yang

sesuai dengan karakter industri ini. Faktanya, dalam satu dekade terakhir, setidaknya delapan perusahaan aplikasi, termasuk Uber, telah henggang dari Indonesia. Ini menunjukkan tingginya risiko usaha yang berpotensi menahan investasi, dan mengurangi daya serap tenaga kerja sektor ini.

Tanpa pengelolaan yang tepat, pekerjaan di sektor ojek *online* juga berpotensi memperdalam jebakan pekerjaan informal, di mana fleksibilitas kerja tidak diiringi peningkatan produktivitas dan keterampilan (Botero et al., 2010). Karena itu, mempertahankan kemajuan industri ini harus disertai agenda peningkatan kapasitas pekerja, *reskilling digital* dan penataan regulasi yang realistis.



▲ Pencari kerja di Kota Bandung (prfmnews.pikiran-rakyat.com)

## 1.4. Perkembangan Ojek *Online*: Global, Regional, Nasional

Pada tataran global, transformasi ojek *online* dimulai pada awal 2010-an, dipimpin oleh Uber di San Francisco, dan kemudian menyebar cepat ke Eropa, Asia dan Amerika Latin. Model bisnis *ride-hailing platform* menandai pergeseran dari layanan transportasi konvensional ke model *gig economy* berbasis aplikasi, algoritma dan permintaan *real-time*.

Pada tahun 2026, pasar ojek *online* atau *ride-hailing global* diproyeksikan mencapai USD189 miliar (Statista, 2025), didorong oleh urbanisasi, penetrasi telepon pintar dan kebutuhan mobilitas fleksibel khususnya di daerah urban. Beberapa pemain utama dunia saat ini diantaranya Uber, dan Lyft di Amerika Serikat, Didi di Tiongkok, Ola di India, hingga Grab di Singapura, Malaysia dan Indonesia, serta Gojek di Indonesia. Nama-nama tersebut adalah sebagian dari 11 *decacorn* global sektor ini, yaitu perusahaan rintisan (*startup*) swasta yang memiliki nilai valuasi mencapai atau melebihi USD10 miliar atau sekitar Rp150-170 triliun (Permana et al., 2022).

Munculnya berbagai perusahaan ojek *online* di atas telah menimbulkan disrupsi ekonomi yang masif, termasuk gelombang reformasi regulasi di berbagai negara. Kehadiran, kebaruan dan masifnya kontribusi ekonomi dari sektor ojek *online* ini, misalnya, memicu perdebatan hukum tentang berbagai isu di antaranya terkait status kerja pengemudi (karyawan vs. mitra), persaingan dengan angkutan konvensional, keselamatan pengemudi, dan tanggung jawab perusahaan, serta pengawasan data pribadi. Lalu, isu otomasi algoritma di aplikasi masing-masing perusahaan 'aplikator' pun ikut mengemuka.

Berbagai inovasi regulasi pun muncul sebagai respons, misalnya *UK Supreme Court* (2021) menegaskan bahwa pengemudi Uber di Inggris diklasifikasikan sebagai pekerja dengan hak minimum. Sementara di Amerika Serikat, terdapat regulasi California AB5 (2019) yang mengklasifikasikan status pekerja platform sebagai kontraktor dengan *minimum benefit*. Sementara di Eropa, muncul *European Union Platform*

*Worker Directive* (2023) yang menekankan perlunya kepastian hubungan kerja dan transparansi algoritma.

Pada level regional, khususnya Asia Tenggara, ekosistem ojek *online* juga berkembang pesat. Sektor ini berkontribusi signifikan terhadap ekonomi kawasan, dan telah bertransformasi dari layanan alternatif menjadi infrastruktur mobilitas harian di kota-kota besar ASEAN. Grab, dan Gojek menjadi pemain utama dengan mengembangkan model *super-app* yang mencakup layanan transportasi, pembayaran digital, pengiriman, dan layanan keuangan. Sementara pemain lain seperti Maxim, inDrive serta Shopee Food/Express turut meningkatkan kompetisi melalui strategi tarif, dan integrasi e-dagang.

Di kawasan ASEAN, regulasi ojek *online* berkembang untuk menyeimbangkan inovasi digital serta perlindungan konsumen dan pekerja. Singapura menerapkan lisensi, dan standar keselamatan ketat, Malaysia membatasi komisi, dan mewajibkan sertifikasi pengemudi, Vietnam sempat menguji pengaturan tarif, sementara Filipina mengembangkan kerangka *Transport Network Vehicle Service* (TNVS). Secara umum, kebijakan regional bergerak menuju tata kelola yang lebih stabil dan terukur, tetapi tetap menjaga fleksibilitas kerja dan iklim investasi.

Indonesia adalah pasar ojek *online* terbesar di Asia Tenggara dengan model bisnis yang unik. Di antaranya karena dominasi layanan berbasis sepeda motor, berfungsi penting sebagai solusi mobilitas perkotaan, dan pintu masuk jutaan pekerja ke ekonomi digital. Dimulai oleh Gojek pada 2015, dan diikuti Grab, ekosistem ini berkembang pesat ke layanan pengiriman, makanan, dompet digital, hingga keuangan mikro.



▲ (iteba.ac.id)

## 1.5. Tujuan Penelitian

Dalam perkembangannya, ojek *online* di Indonesia tumbuh menjadi sektor yang dinamis yang sarat akan kontestasi inovasi, kebutuhan sosial dan adaptasi regulasi. Kini, sektor ini tengah memasuki fase pendewasaan di mana keseimbangan antara keberlanjutan industri, kepuasan pelanggan, dan kesejahteraan pengemudi, menjadi isu kunci. Dinamika tersebut menjadi analisis utama yang disajikan dalam laporan ini. Adapun tujuan dari penelitian ini, di antaranya adalah:

1. Menganalisis kesenjangan antara perkembangan industri ojek *online* dengan regulasi yang ada.
2. Menganalisis sejauh mana, dan pada aspek apa saja pemerintah perlu mengatur guna menciptakan ekosistem industri yang sehat, dan produktif.
3. Menjelaskan secara spesifik kedudukan perusahaan aplikasi sebagai penyedia teknologi dan kontributor ekonomi.
4. Menjelaskan peran krusial sepeda motor dalam sistem mobilitas *first-mile*, dan *last-mile*.
5. Menilai implikasi dari rencana regulasi baru (RUU LLAJ, RUU ojek *online*, RUU Perlindungan Pekerja *Platform*) terhadap keberlanjutan industri ojek *online*, kesejahteraan pengemudi dan kepuasan konsumen.
6. Mengukur dampak ojek *online* terhadap penciptaan lapangan kerja, dan pertumbuhan ekonomi, baik langsung, dan tidak langsung, serta dampak terhadap berbagai parameter makroekonomi.

## 1.6. Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan berbagai sumber data sebagai upaya triangulasi data penelitian. Adapun data-data yang digunakan bersumber dari:

- a. *Desk research* dan *legal analysis* atas berbagai regulasi nasional terkait, termasuk RUU yang telah masuk Prolegnas 2025–2026 terkait ojek *online*, dan *gig worker*.
  - b. Survei kepada 1.000 pengemudi ojek *online*, dan 1.000 pengguna ojek *online* di seluruh wilayah Indonesia. Adapun metode *sampling* yang digunakan adalah *purposive sampling* untuk kedua tipe responden tersebut. Kriteria responden yang ditetapkan untuk pengemudi ojek *online* meliputi:
    - (i) sudah bergabung sebagai pengemudi di aplikasi ojek *online* minimal tiga bulan;
    - (ii) aplikasi ojek *online* pengemudi berada pada status aktif, yang artinya pengemudi konsisten memiliki jam *online* tiap harinya. Sedangkan kriteria penumpang yang
- ditetapkan sebagai responden adalah pengguna aktif ojek *online*. Komposisi responden dari pengemudi maupun pengguna ojek *online* meliputi: 40 persen Gojek, 40 persen Grab, 10 persen InDrive dan 10 persen Maxim. Dari sisi gender responden, 70 persen laki-laki, dan 30 persen perempuan dengan komposisi wilayah meliputi Indonesia bagian barat, tengah dan timur.
- c. *Analisis model Computable General Equilibrium* (CGE) dengan menggunakan metode WAYANG untuk mendapatkan gambaran dampak industri ojek *online* terhadap perekonomian Indonesia.
  - d. *Focus Group Discussion* (FGD), dan *in-depth interview* dengan para stakeholder industri ojek *online* meliputi: perwakilan pemerintah, perusahaan aplikasi dan pengemudi ojek *online*.









# 02

## Dampak Ekonomi Industri Transportasi *Online*

### 2.1. Model CGE dan Simulasi Kebijakan Industri transportasi *Online*

Analisis dampak ekonomi dalam riset ini menggunakan model *Computable General Equilibrium (CGE)* dengan basis data yang telah diperbarui hingga 2025. Pemodelan ekonomi didasarkan pada Tabel *Input–Output 2020*, dan Sistem Neraca Sosial Ekonomi (SNSE) 2022 yang keduanya telah disesuaikan dengan kondisi 2025. Kalkulasi ini juga didukung oleh data mikro Survei Sosial Ekonomi Nasional (Susenas) 2025, dan Survei Angkatan Kerja Nasional (Sakernas) 2025 untuk menangkap dimensi rumah tangga, dan pasar tenaga kerja.

Model CGE yang digunakan adalah model WAYANG, dengan pendekatan *top-down*, dan bersifat statik komparatif, sehingga hasil simulasi merepresentasikan perbandingan kondisi ekonomi sebelum dan sesudah kebijakan ojek *online* diterapkan, tanpa memodelkan dinamika penyesuaian antar waktu.

Simulasi dampak ojek *online* dalam studi ini meningkatkan kinerja ekonomi melalui efisiensi, *spillover* sektoral dan penyerapan tenaga kerja. Juga melalui kenaikan *total factor productivity* sebesar lima persen pada angkutan darat serta pos-kurir, dan lima persen pada jasa penunjang angkutan, penurunan biaya jasa sekitar 4,5 persen sehingga *output* ekonomi meningkat. Dampaknya merambat ke UMKM, dan ekonomi digital melalui kenaikan produktivitas restoran sebesar 1,5 persen, perdagangan 2,5 persen, serta telekomunikasi, dan jasa teknologi informatika 1,5 persen. Ia juga meningkatkan penyerapan tenaga kerja urban berkeahlian rendah sekitar 0,7 persen atau setara dengan satu juta pekerja.

Dalam analisis ini, dampak langsung didefinisikan sebagai nilai tambah ekonomi yang dihasilkan secara langsung oleh aktivitas utama ojek *online*, yaitu jasa pengangkutan penumpang dan pengiriman barang

oleh pengemudi, serta operasional bisnis perusahaan aplikasi yang meliputi pendapatan pengemudi, komisi aplikasi, dan layanan transportasi.

Sementara, dampak tidak langsung adalah efek lanjutan yang timbul karena keberadaan layanan tersebut meningkatkan aktivitas sektor lain, seperti

bertambahnya transaksi UMKM makanan, dan ritel, logistik jarak pendek, perdagangan daring, hingga peningkatan frekuensi konsumsi rumah tangga. Dalam konteks ojek *online*, nilai ekonomi terbesar justru muncul dari sektor yang dilayani, bukan dari sektor transportasi semata.

## 2.2. Dampak Industri Transportasi *Online* terhadap Lapangan Kerja

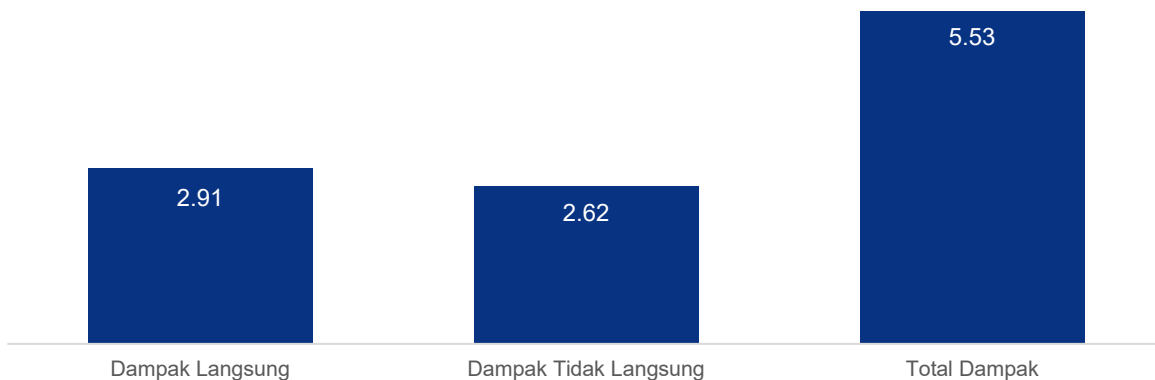
Ojek *online* berperan signifikan dalam penyerapan tenaga kerja, dengan dampak langsung mencapai 2,91 juta orang, yaitu para pengemudi yang bekerja sebagai mitra perusahaan aplikasi. Dari jumlah pengemudi tersebut, sekitar 0,9 juta merupakan pengemudi dengan kategori produktifitas sedang-tinggi, sekitar 1,5 juta yang tidak masuk dalam kategori tersebut tetapi menarik penumpang minimal satu kali dalam sebulan, dan sisanya adalah pengemudi yang menarik kurang dari satu kali dalam satu bulan. Besaran angka ini menandakan sektor ojek *online* menjadi alternatif lapangan kerja dengan hambatan masuk rendah, terutama bagi pekerja urban berkeahlian rendah hingga menengah atau korban PHK, sehingga berfungsi sebagai *employment buffer* ketika pasar kerja formal terbatas.

Sementara itu, dampak tidak langsungnya mencapai 2,62 juta orang. Penyerapan ini berasal dari aktivitas

ekonomi yang muncul akibat layanan ojek *online*, termasuk pekerja UMKM kuliner, admin pesanan, kurir toko, pemasok bahan baku, logistik mikro, hingga jasa kemasan dan *digital marketing*. Artinya setiap pengemudi tidak hanya menciptakan pekerjaan untuk dirinya sendiri, tetapi juga memicu penciptaan pekerjaan tambahan di sektor lain, khususnya perdagangan, makanan-minuman dan ekonomi digital.

Secara keseluruhan, sektor ojek *online* menciptakan 5,53 juta tenaga kerja, menunjukkan bahwa dampak terhadap penyerapan tenaga kerja relatif lebih tinggi daripada dampak terhadap pertumbuhan PDB. Industri ini menjadi penyangga pasar kerja perkotaan dan sumber pendapatan rumah tangga. Karena itu, kebijakan yang terlalu membatasi aktivitas ojek *online* berisiko meningkatkan pengangguran terbuka, dan menekan ekonomi informal kota, terutama saat sektor formal melemah atau terjadi PHK.

Gambar 2.1. Dampak Industri Transportasi *Online* Terhadap Jumlah Tenaga Kerja (Juta)



Sumber: Data BPS, dan Perhitungan Model CGE oleh Peneliti, (2026)

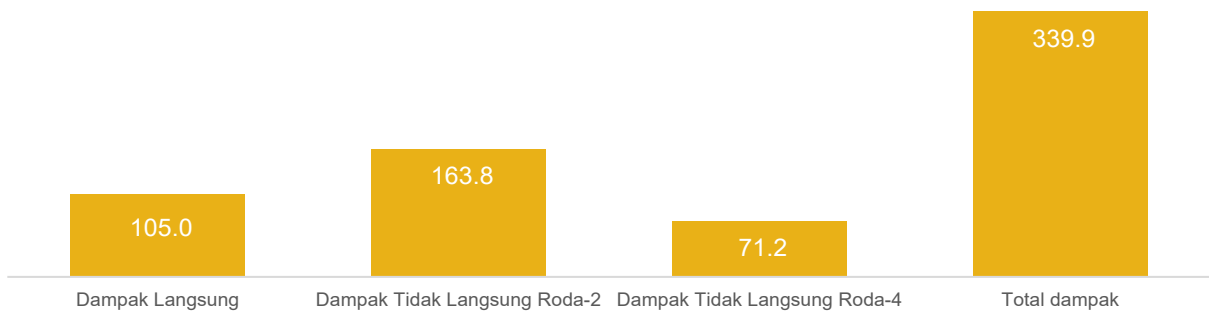
## 2.3. Dampak Industri Transportasi *Online* terhadap Nilai Tambah

### Dampak terhadap Sisi *Input* atau Produksi

Dari sisi produksi (*input*) ojek *online* memberikan kontribusi nilai tambah yang signifikan, yaitu sebesar Rp340 triliun, terdiri dari nilai tambah ekonomi langsung Rp105 triliun, dan tidak langsung Rp235 triliun. Artinya kontribusi sektor ini tidak hanya berasal dari aktivitas utamanya, yaitu jasa transportasi, tetapi mayoritas justru dari aktivitas ekonomi turunannya.

Temuan ini menegaskan karakter ojek *online* sebagai *economic enabler*, dimana efek pengganda (*multiplier effect*) lebih dominan dibanding *output* sektornya sendiri. Dengan kata lain, ketika layanan ini berkembang, manfaat ekonomi terbesar muncul pada UMKM, dan sektor konsumsi rumah tangga, bukan pada transportasinya semata. Konsekuensinya, gangguan pada sektor ini berpotensi menekan perputaran ekonomi perkotaan secara lebih luas. Karenanya, pembatasan yang terlalu ketat berisiko menurunkan aktivitas ekonomi harian sektor ojek *online*, dan omzet sektor lainnya.

Gambar 2.2. Dampak Industri Transportasi *Online* Terhadap Pembentukan Nilai Tambah (Rp triliun)



Sumber: BPS, dan Perhitungan Model CGE (2026)

### Dampak terhadap Sisi *Output* atau Pengeluaran

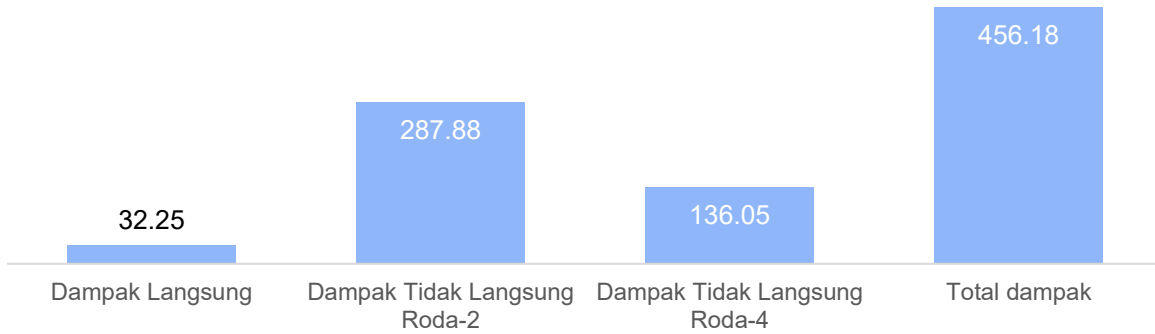
Dari sisi pengeluaran/belanja ekonomi (*output*), dampak ojek *online*, baik roda dua maupun taksi *online* roda empat, terhadap konsumsi rumah tangga sangat dominan, jauh di atas dampak terhadap belanja pemerintah, investasi atau pun ekspor, dan impor. Kendati pengeluaran langsung masyarakat untuk jasa ojek *online* sekitar Rp32 triliun, tetapi aktivitas ekonomi yang dipicu oleh sektor ini mencapai Rp424 triliun, sehingga total dampak terhadap konsumsi rumah tangga mencapai sekitar Rp456 triliun, atau setara dengan 3,5 persen total konsumsi rumah tangga nasi-

onal. Ini menunjukkan fungsi utama ojek *online* bukan sebagai transportasi semata, tetapi sebagai pemicu transaksi ekonomi harian.

Ojek *online* menurunkan biaya akses pasar, sehingga konsumen lebih mudah melakukan pembelian, sementara pelaku usaha kecil lebih mudah melakukan penjualan. Dampak terbesar justru terjadi pada UMKM, dan sektor konsumsi. Karena konsumsi rumah tangga merupakan penopang utama pertumbuhan ekonomi Indonesia, jika terjadi dinamika pada

sektor ojek *online*, misalnya akibat perubahan regulasi yang menimbulkan pembatasan layanan, maka frekuensi transaksi ekonomi dan daya beli masyarakat perkotaan akan terpengaruh.

Gambar 2.3. Dampak Industri Transportasi *Online* Terhadap Konsumsi Rumah Tangga (Rp triliun)



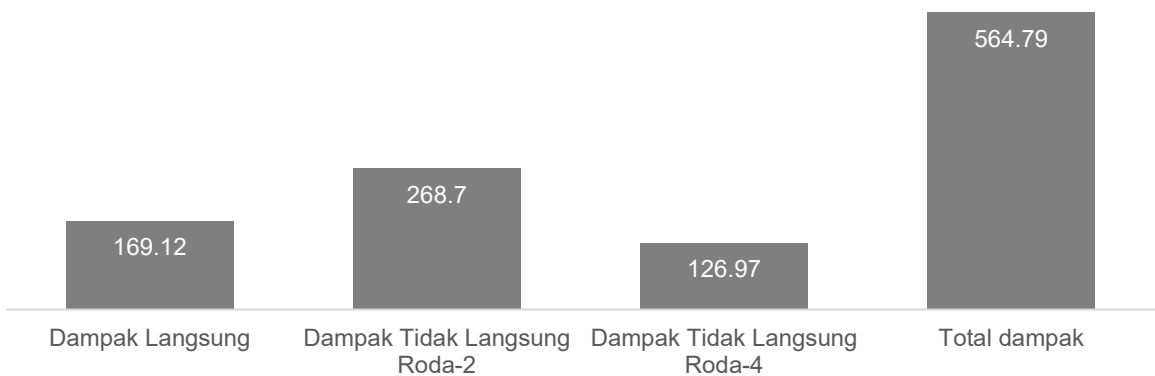
Sumber: BPS, dan Perhitungan Model CGE (2026)

## 2.4. Dampak Industri Transportasi *Online* terhadap PDB

Sektor ini memberi tambahan nilai PDB sekitar Rp565 triliun, terdiri dari dampak langsung Rp169 triliun, dan dampak tidak langsung, baik ojek *online* roda dua dan taksi *online* roda empat, yang mencapai Rp396 triliun (lihat Gambar 2.4). Artinya, lebih dari separuh kontribusi berasal dari efek turunan ke sektor lain yang terpicu. Dengan kata lain, nilai tambah terbesar bukan dari jasa angkut penumpang, tetapi dari *multiplier effect* akibat mobilitas dan akses pasar yang lebih mudah dan efisien.

Temuan ini kembali menegaskan bahwa nilai strategis ojek *online* bukan terletak pada sektor transportasi semata, melainkan pada perannya sebagai pengungkit aktivitas ekonomi lintas sektor. Besarnya dampak tidak langsung juga mengindikasikan ketergantungan sektor ini pada ekosistem ekonomi berproduktivitas menengah-rendah, dan berbasis konsumsi.

Gambar 2.4. Dampak Industri Transportasi *Online* Terhadap Nilai PDB

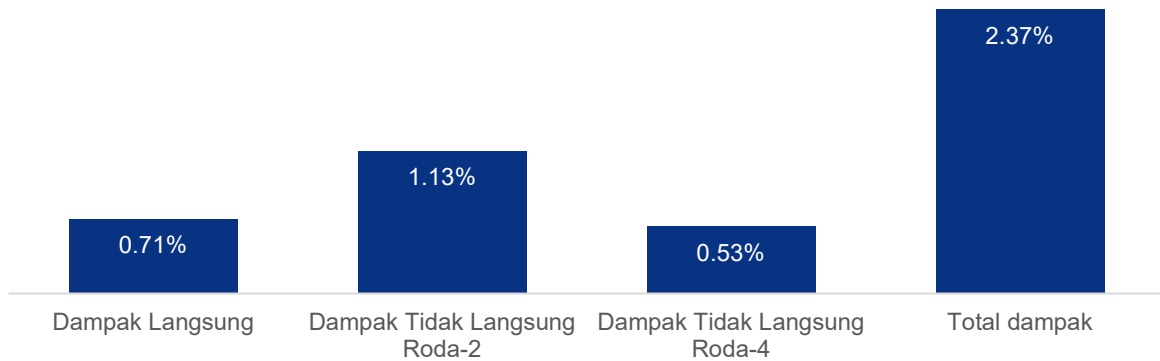


Sumber: BPS, dan Perhitungan Model CGE (2026)

Dampak langsung sektor ini terhadap pertumbuhan GDP relatif terbatas, yakni hanya sekitar 0,71 persen. Ini menunjukkan kontribusi awal yang moderat dari ojek *online*. Sementara, dampak tidak langsungnya, terutama dari ojek *online* roda dua (1,13 persen) dan taksi *online* roda empat (0,53 persen), menegaskan

kuatnya efek *multiplier* ke UMKM, dan konsumsi. Secara total, dampak sektor ini terhadap GDP mencapai 2,37 persen, yang menunjukkan bahwa nilai ekonomi utama berasal dari efek *spillover*, bukan aktivitas langsungnya. Hal tersebut dapat dilihat pada Gambar 2.5.

Gambar 2.5. Dampak Industri Transportasi *Online* Terhadap Laju Pertumbuhan PDB Nasional



Sumber: BPS, dan Perhitungan Model CGE (2026)

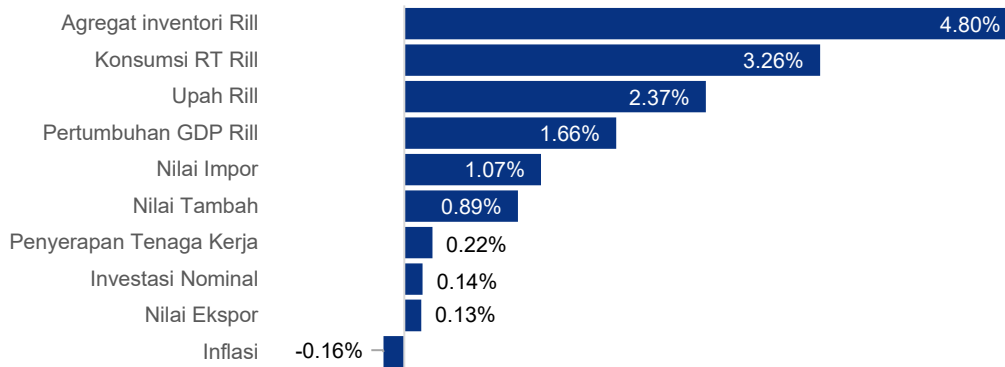
## 2.5. Dampak Terhadap Indikator Makroekonomi Utama

Sektor ojek *online* meningkatkan kinerja makroekonomi, terutama melalui jalur konsumsi (lihat Gambar 2.6). Konsumsi rumah tangga riil meningkat paling besar, 3,26 persen, diikuti kenaikan upah riil 2,37 persen. Data tersebut menunjukkan bahwa layanan ini memperluas akses masyarakat terhadap barang dan jasa, sekaligus meningkatkan peluang pendapatan, baik bagi pengemudi maupun pelaku usaha kecil yang terhubung dengan platform. Karena konsumsi merupakan komponen terbesar PDB, efek ini menjadi pendorong utama aktivitas ekonomi.

Dampak selanjutnya terlihat pada sisi produksi dan investasi. Pertumbuhan PDB riil meningkat 1,66 persen, nilai tambah ekonomi naik 0,89 persen dan agregat persediaan riil bertambah 4,80 persen. Ini

menunjukkan layanan ojek *online* menurunkan biaya distribusi, dan mempercepat perputaran barang, sehingga pelaku usaha meningkatkan produksi, dan persediaan. Efisiensi logistik jarak pendek membuat transaksi lebih cepat dan memperkuat hubungan antara produsen kecil dan konsumen akhir.

Penyerapan tenaga kerja meningkat 0,22 persen, sementara inflasi turun 0,16 persen. Kombinasi ini menunjukkan bahwa ojek *online* tidak hanya mendorong pertumbuhan ekonomi, dan penciptaan lapangan kerja, tetapi juga membantu menekan biaya transaksi, dan distribusi di perkotaan. Dampaknya, harga barang, dan jasa lebih stabil dimana ojek *online* berfungsi sebagai mekanisme penurunan biaya ekonomi (*cost-reducing mechanism*) yang memperkuat konsumsi, produksi dan stabilitas harga.

**Gambar 2.6. Dampak Industri Transportasi *Online* Terhadap Beberapa Indikator Makroekonomi Utama**

Sumber: Perhitungan Model CGE (2026)

## 2.6. Dampak Terhadap Kinerja Sektoral

Ojek *online* terbukti mendorong peningkatan kinerja sektoral terutama pada sektor yang berhubungan langsung dengan mobilitas, dan distribusi perkotaan. Kenaikan paling signifikan terjadi pada jasa pos, dan kurir sebesar 5,36 persen, diikuti jasa angkutan darat sebesar 5,07 persen, serta telekomunikasi sebesar 4,48 persen, dan restoran sebesar 3,08 persen (lihat Tabel 2.1). Hal ini menunjukkan bahwa peran utama ojek *online* bukan hanya sebagai moda transportasi, tetapi sebagai penggerak distribusi *last-mile*, dan penghubung antara konsumen dengan pelaku usaha. Efisiensi waktu, dan penurunan biaya transaksi yang dihasilkan mendorong peningkatan frekuensi transaksi, khususnya pada sektor berbasis layanan cepat, dan ekonomi digital.

Dampak tersebut kemudian menyebar ke sektor lain melalui keterkaitan antar sektor. Sektor jasa angkutan lainnya tumbuh sebesar 3,83 persen, mencerminkan fungsi ojek *online* sebagai *feeder* yang memperkuat konektivitas dengan moda transportasi lain. Sementara itu, sektor perdagangan meningkat sebesar 0,84 persen, dan akomodasi sebesar 0,26 persen, yang mengindikasikan adanya peningkatan aksesibilitas

konsumen terhadap barang, dan jasa. Pada sisi lain, sektor digital seperti jasa konsultasi komputer & TI (3,00 persen), dan penyiaran/informasi (0,58 persen) juga mengalami peningkatan, menunjukkan bahwa aktivitas ojek *online* turut memperluas ekosistem ekonomi digital. Dengan demikian, ojek *online* memperkuat integrasi antar sektor melalui peningkatan akses pasar, dan efisiensi distribusi.

Secara keseluruhan, pola yang terbentuk menunjukkan adanya *spillover effect* yang kuat, di mana sektor yang bergantung pada kecepatan layanan, dan akses pasar memperoleh manfaat terbesar. Hal ini juga tercermin pada peningkatan tenaga kerja *low-skill urban* sebesar 8,66 persen, dan konsumsi rumah tangga sebesar 3,26 persen, yang menandakan adanya dampak distribusi pendapatan, dan peningkatan daya beli. Sebaliknya, sektor seperti pengilangan minyak (0,01 persen), akomodasi (0,26 persen) dan jasa penunjang angkutan (0,81 persen) mengalami peningkatan yang relatif terbatas. Temuan ini menegaskan bahwa ojek *online* berperan sebagai infrastruktur ekonomi mikro yang menurunkan biaya distribusi, mempercepat akses pasar, dan mendorong produktivitas terutama pada sektor makanan, perdagangan, logistik, dan ekonomi digital.

Tabel 2.1. Dampak Industri Transportasi *Online* Terhadap Kinerja Ekonomi Sektoral

Kelompok Dampak	Nama Sektor	%-Perubahan
<b>Direct Impact</b>	Jasa Angkutan Darat	5,07
	Jasa Pos & Kurir	5,36
<b>Forward Linkage (UMKM &amp; Konsumsi)</b>	Restoran	3,08
	Perdagangan	0,84
	Akomodasi	0,26
<b>Digital &amp; Platform Economy</b>	Telekomunikasi	4,48
	Jasa Konsultasi Komputer & TI	3,00
	Penyiaran/Film/Informasi	0,58
<b>Backward Linkage (Input &amp; Biaya)</b>	Minyak & Gas	0,38
	Jasa Angkutan Lainnya	3,83
	Pengilangan Minyak	0,01
	Jasa Perbaikan	1,15
	Jasa Keuangan	3,17
	Asuransi	1,25
<b>Transport Support</b>	Jasa Penunjang Angkutan	0,81
	Jasa Pergudangan	2,74
<b>Household &amp; Labor (Distribution Effect)</b>	Tenaga kerja <i>low-skill urban</i>	8,66
	Konsumsi rumah tangga	3,26

Sumber: Perhitungan Model CGE (2026)







# 03

## Tantangan dan Peluang Industri Transportasi Online

### 3.1. Fragmentasi Kewenangan dan Disharmoni Regulasi

Saat ini, ojek *online* mempunyai kontribusi yang signifikan bagi ekonomi nasional. Ia telah menjelma menjadi industri padat teknologi sekaligus padat karya dengan implikasi ekonomi, sosial dan politik yang luas di Indonesia. Namun demikian, pesatnya inovasi, dan ekspansi pasar ini belum diiringi dengan perkembangan kerangka regulasi yang memadai. Akibatnya, tata kelola sektor ini masih ditandai oleh fragmentasi kewenangan, ketidakpastian, serta tarik-menarik kepentingan antar pemangku kebijakan.

#### Kompleksitas dan Divergensi Regulasi Global

Berbagai literatur menunjukkan bahwa pengaturan ojek *online* atau *gig economy* secara umum menghadapi persoalan yang serupa di berbagai negara. Persoalan tersebut meliputi legalitas, perizinan *platform*, status pekerja, perlindungan pendapatan, dan sosial, serta isu keselamatan, dan eksternalitas. Komplek-

sitas tersebut menyebabkan regulasi seringkali berkembang secara sektoral. Regulasi *gig economy* juga cenderung kerap dipengaruhi oleh berbagai kepentingan antara negara, perusahaan aplikasi, pengemudi dan konsumen, yang masing-masing memiliki peran penting dalam ekosistem ini. Dengan jumlah pengemudi, dan pengguna yang besar, tantangan dalam menyeimbangkan kepentingan tersebut dapat memunculkan potensi perbedaan pandangan yang berulang.

Masing-masing negara mempunyai model regulasi berbeda. Amerika Serikat mengadopsi pendekatan berorientasi pasar dengan fleksibilitas tinggi, dan pengemudi dikategorikan sebagai kontraktor independen. Eropa menempuh pendekatan *rights-based* yang lebih terkoordinasi, menekankan kepastian hubungan kerja, perlindungan minimum dan transparansi algoritma. Perbedaan ini menunjukkan bahwa regulasi *gig economy* sangat kontekstual, dan tidak dapat meniru utuh dari satu negara ke negara lain (lihat Tabel 3.1).

Perbedaan pendekatan regulasi di berbagai kawasan penting dibaca untuk melihat tantangan regulasi di Indonesia.

Secara analitis, perbandingan kebijakan ojek *online* perlu dilihat melalui tiga lensa: (i) Skala industri, dan jumlah pengemudi; (ii) Fokus yang diatur (misalnya status kerja/perlindungan minimum, keselamatan, data/algorithm, perizinan);, dan, (iii) Hal-hal yang umumnya tidak diatur langsung karena bersifat komersial dan sangat dinamis (misalnya tarif yang dibayar konsumen, komisi, serta strategi promosi). Perbedaan situasi antara negara, membuat upaya mengadopsi kebijakan negara lain, tanpa adaptasi yang memadai tidak akan optimal, misalnya kebijakan di AS, dan Eropa secara prinsip bisa dijadikan inspirasi, tetapi perlu banyak penyesuaian untuk bisa diterapkan di Indonesia, yang sektor transportasi *online*-nya didominasi roda dua yang padat karya.

Dari sisi skala, pasar *ride-hailing* AS cenderung lebih terkonsolidasi, dan matang secara komersial, karena basis pengguna sangat besar dan dominasi taksi *online* roda empat. Di Eropa, sebaliknya, terdapat perbedaan yang nyata antar negara atau kota. Variasi rezim transportasi, ketenagakerjaan dan pengawasan algoritma membuat standardisasi sulit dilakukan, sehingga perubahan kebijakan sering muncul lewat putusan pengadilan, dan harmonisasi bertahap di tingkat Uni Eropa, misalnya terkait penguatan hak pekerja platform, dan tata kelola *algorithmic management*.

Pelajaran kunci dari AS, dan Eropa adalah bahwa regulasi umumnya menonjol pada aspek perlindungan minimum, dan tata kelola ekosistem, serta bukan menjadikan negara sebagai *price setter* untuk variabel komersial. Meski ada dorongan untuk memperkuat status dan perlindungan pekerja platform, kerangka di banyak yurisdiksi ini tidak otomatis berarti pemerintah menetapkan langsung tarif komersial, komisi platform, atau detail strategi promo. Hal ini cenderung dibiarkan mengikuti dinamika pasar, persaingan usaha dan instrumen hukum persaingan/anti-monopoli. Model pendekatan ini memberikan ruang bagi ekosistem perusahaan aplikasi untuk tumbuh secara adaptif, dan kompetitif. Dengan tidak menetapkan langsung *variable* komersial seperti tarif atau komisi, pelaku usaha dapat menyesuaikan strategi sesuai dinamika pasar, dan mendorong inovasi layanan.

Di sisi lain, negara tetap berperan menjaga standar perlindungan minimum, dan persaingan yang sehat. Keseimbangan ini menciptakan iklim usaha yang lebih menarik bagi investasi sekaligus mendukung keberlanjutan ekosistem usaha.

Sementara itu, risiko muncul ketika regulasi memaksakan status ketenagakerjaan tanpa desain transisi, dan tanpa mempertimbangkan konsekuensi ekonominya. Contohnya, Spanyol melalui *Riders' Law* (2021) mendorong penyesuaian model bisnis, dan mengubah karakter fleksibilitas yang sebelumnya menjadi daya tarik utama pengemudi *platform*. Konsekuensinya, muncul peningkatan rigiditas operasional, potensi kenaikan biaya layanan, dan penurunan fleksibilitas jam kerja. Di Swiss (Geneva, dan kota-kota lain), perdebatan klasifikasi pengemudi/kurir untuk tujuan jaminan sosial/ketenagakerjaan memicu sengketa hukum, yang akhirnya menggeser fokus kebijakan dari perbaikan kesejahteraan pengemudi menjadi tarik-menarik filosofi hukum yang berkepanjangan.

Bagi Indonesia, potensi risiko yang dihadapi lebih besar dibanding banyak kota di Eropa karena karakter pasar yang berbeda. Industri *ride-hailing* di Indonesia didominasi roda dua. Ojek *online* berperan sebagai infrastruktur mobilitas harian sekaligus jaring pengaman ekonomi rumah tangga. Karena itu, jika Indonesia menempuh jalur “regulasi yang terlalu ketat” secara luas, terutama pemaksaan formalisasi, maka risiko yang paling nyata adalah pengurangan mitra, dan hilangnya mata pencaharian bagi kelompok yang menggantungkan pendapatan fleksibel pada sektor ini, termasuk mereka yang memiliki pilihan pasar kerja yang terbatas.

Perbandingan global di atas sesungguhnya justru mengarahkan Indonesia pada pilihan instrumen yang lebih praktis, yaitu memperkuat perlindungan minimum, keselamatan dan tata kelola algoritma, dengan tetap berhati-hati menjaga agar pendekatan itu tidak mematikan fleksibilitas dan daya serap tenaga kerja, yang merupakan fungsi sosial-ekonomi utama ojek *online* di Indonesia.

Dalam konteks Indonesia, yang didominasi sektor informal, peran ojek *online* sebagai jaring pengaman ekonomi dan dominasi sepeda motor, menjadikan tantangan regulasinya semakin kompleks. Situasi ini diperumit dengan terlalu banyaknya instansi yang ikut mengatur, misalnya aspek transportasi dikoordi-

nasional oleh Kementerian Perhubungan (Kemenhub). Aspek ketenagakerjaan, dan perlindungan sosial di bawah Kementerian Ketenagakerjaan (Kemnaker). Sementara, aspek tata kelola sistem elektronik, dan data dinahkodai Kementerian Komunikasi, dan Digital (Komdigi). Sedangkan aspek penguatan UMKM di

bawah Kementerian UMKM. Kondisi di atas menimbulkan ketidakpastian otoritas di antara para pemegang otoritas kebijakan. Kondisi ini berkontribusi pada lambatnya perbaikan regulasi, dan meningkatnya ketidakpastian industri.

**Tabel 3.1. Ringkasan Dinamika Pengaturan Industri Transportasi *Online* Indonesia Dibanding Negara Lainnya**

Dimensi	Pendekatan Amerika Serikat (orientasi pasar)	Pendekatan Eropa ( <i>rights-based</i> )	Indikasi konteks domestik di Indonesia saat ini
Fokus utama	Fleksibilitas pasar, dan efisiensi model bisnis.	Kepastian hubungan kerja, dan perlindungan sosial.	Jaring pengaman ekonomi, dan penyerapan tenaga kerja sektor informal.
Status pekerja	Kontraktor independen (dengan manfaat terbatas via kompromi politik seperti Prop 22).	Praduga hukum sebagai "Karyawan" melalui <i>Platform Work Directive</i> .	Mitra independen (namun kontrol ada pada algoritma platform).
Karakteristik operasional, dan regulasi	Dominasi kendaraan roda 4 (mobil); Desentralisasi, dan intervensi minimal dari pemerintah.	Dominasi kendaraan roda 4 (mobil); regulasi ketat pada transparansi algoritma perusahaan aplikasi .	Didominasi roda 2 (motor) yang belum diakui penuh di UU LLAJ; reaktif, terfragmentasi dan masih dipengaruhi tekanan politik jangka pendek.
Tantangan utama	Dinamika hukum antara pemerintah federal, dan negara bagian.	Implementasi standar minimum di berbagai negara anggota.	Tumpang tindih kewenangan antar-lembaga, dan status hukum roda 2.

Sumber: Hasil analisis peneliti dari materi berbagai sumber termasuk dari (Koutsimpogiorgos et al., 2020; Permana et al., 2022; Wardhana et al., 2020)

## Status Ojek *Online* Roda Dua

Di ruang publik, Kemenhub sering secara terbuka menyampaikan dilema yang dihadapi sektor transportasi saat ini. Di satu sisi peraturan induk yang ada saat ini, UU LLAJ, tidak mengkategorikan sepeda motor sebagai angkutan umum. Di sisi lain, layanan ojek *online* telah menjadi infrastruktur mobilitas harian. Sebagai respons, Kemenhub menerbitkan berbagai perangkat aturan turunan, termasuk misalnya pengaturan keselamatan, dan pedoman tarif/biaya jasa, termasuk mengenai zonasi, batas bawah-atas dan ketentuan biaya sewa aplikasi.

Ketidakpastian ini berlanjut ketika pada 2018, Mahkamah Konstitusi menolak uji materi yang berupaya mendorong pengakuan ojek *online* sebagai angkutan umum, dengan pertimbangan keselamatan, dan konstruksi UU LLAJ. Karenanya, ketika Kemenhub tetap mengatur tarif/operasional melalui peraturan menteri (Permen) atau keputusan menteri (Kepmen), kritik

muncul dari Ombudsman yang pada 2019 menilai aturan ojek *online* cacat hukum karena bertentangan dengan UU di atasnya.

Di tengah kondisi regulasi yang dilematis, berbagai aturan muncul beririsan, dan berselisih satu sama lain (lihat Tabel 3.2). Sebagai contoh, Permenhub No. 12/2019 dilahirkan untuk merasionalisasi situasi akibat ketidakjelasan definisi ojek *online* di tingkat UU. Dalam kata lain, untuk aspek tersebut sektor ojek *online* hanya bertumpu pada regulasi yang bersifat diskresi. Dampaknya, walau standar tarif/biaya jasa diatur dalam regulasi, tetapi status roda dua sebagai angkutan umum masih belum kokoh. Akibatnya, penegakan aturan, sanksi, dan harmonisasi dengan aturan lain, termasuk tentang ketenagakerjaan, perlindungan konsumen, persaingan usaha, dan pemerintah daerah (Pemda) seringkali tertinggal dan berujung pada perdebatan yang kurang produktif.

## Koordinasi antar Kementerian/Lembaga

Diskursus pengaturan ojek *online* juga menunjukkan tumpang tindih kewenangan antar instansi. Selain Kemenhub, dan Kemnaker, Komdigi berperan melalui PP No. 71/2019, dan Permenkominfo No. 5/2020 yang menetapkan ojek *online* sebagai Penyelenggara Sistem Elektronik privat, berfokus pada tata kelola sistem, dan data tanpa kewenangan penetapan tarif. Komdigi mendorong penentuan harga berbasis Harga Pokok Penjualan (HPP), dan mekanisme pasar. Namun praktiknya, tarif, komisi dan biaya layanan tidak sepenuhnya mengikuti skema tersebut.

Di luar itu, Kementerian UMKM memandang ojek *online* sebagai bagian dari skema kemitraan, dan penguatan UMKM berdasarkan UU No. 20/2008, dengan argumen bahwa platform memperluas akses pasar, dan mendorong kewirausahaan yang fleksibel. Dari perspektif ini, pengalihan ke hubungan kerja formal justru berpotensi menghilangkan peran ojek *online* dalam memperluas akses pasar secara cepat, dan efisien, berbasis fleksibilitas. Sementara itu, Kementerian Koordinator Perekonomian menekankan pentingnya menjaga ketahanan industri ojek *online* sebagai penggerak ekonomi dan investasi, melalui regulasi yang berimbang.

## Ketidakpastian Kementerian Pengampu

Di ruang publik, pada akhirnya muncul kesan bahwa tidak ada kementerian pengampu atau lembaga yang punya wewenang kokoh dalam mengelola, dan meregulasi sektor ojek *online* ini dengan efektif. Kompleksitas peran lembaga negara di atas menggambarkan fragmentasi yang cukup serius dalam tata kelola industri ojek *online*. Akibatnya, ojek *online* tidak mempunyai satu otoritas yang bertanggung jawab penuh, termasuk persoalan komisi yang sepanjang 2025 memicu berbagai perdebatan publik. Ketika protes pengemudi muncul, pemerintah merespons tanpa koordinasi yang memadai. Sementara benturan pandangan antar-pihak terus terjadi. Pada akhirnya, tumpang tindih kewenangan, dan ketidakpastian regulasi ini membuat kebijakan pemerintah cenderung reaktif, lebih merespons tekanan publik, dan situasi politik, daripada didasarkan pada desain institusional

jangka panjang. Hal ini tidak hanya berdampak pada pengemudi dan perusahaan aplikasi, tetapi juga bagi investor, pemerintah daerah, dan lembaga perlindungan sosial.

Masalah ketidakpastian kewenangan sebenarnya dapat dipetakan melalui pemisahan objek layanan. Transportasi orang berada dalam domain otoritas sektor transportasi, dimana Kemenhub menerbitkan aturan turunan terkait keselamatan serta pedoman tarif/biaya jasa, termasuk zonasi, batas bawah-atas dan ketentuan biaya sewa aplikasi. Namun, karena sepeda motor tidak diposisikan sebagai angkutan umum dalam UU LLAJ, regulasi turunan ini sering dipandang sebagai diskresi yang rentan diperdebatkan, sebagaimana kritik Ombudsman pada tahun 2019. Sementara itu, pengiriman barang (pos/kurir) lebih tepat berada pada mandat otoritas sektor pos, dan ekosistem layanan digital (Kamdigi). Artinya, peran regulator sesungguhnya tidak kosong. Yang diperlukan adalah ketegasan mandat operasional, dan koordinasi lintas-isu agar kebijakan tidak tumpang tindih atau berseberangan.

Selain isu pengampu, tantangan sektor ojek *online* juga meliputi aspek redefinisi, dan penguatan mandat ketika kebijakan pemerintah mulai menyentuh aspek bisnis *platform* yang dinamis, dan terus berinovasi. Di sinilah berbagai intervensi pemerintah sering memicu masalah jika masuk ke ranah komersial yang dinamis, tanpa metodologi yang jelas seperti dasar perhitungan, mekanisme evaluasi dan besaran perubahan. Implikasinya, kebijakan cenderung reaktif, berpotensi mengganggu stabilitas industry dan mudah dipolitisasi.

Sektor ojek *online* pada dasarnya sedang menanti munculnya kementerian pengampu yang dapat mendorong kepastian status, dan klasifikasi, peningkatan kapasitas, dan standar layanan, serta perlindungan minimum yang sejalan dengan kemitraan. Kementerian pengampu ini juga dapat mendorong orientasi kewirausahaan/UMKM bagi pengemudi sebagai pelaku usaha mikro yang tetap memperoleh perlindungan dasar, dan akses peningkatan produktivitas, bukan semata menetapkan angka komersial, seperti komisi, dan tarif, yang rentan diperdebatkan.

Tabel 3.2. Rangkuman berbagai Regulasi terkait Ojek *Online*

Tingkat	Regulasi	K/L	Substansi utama	Implikasi	Tantangan implementasi
UU	UU 22/2009 (LLAJ)	DPR, Kemenhub	Mengatur lalu lintas, dan angkutan jalan; motor bukan angkutan umum	Ojek <i>online</i> roda dua berada di zona abu-abu hukum; tidak bisa diposisikan sebagai angkutan umum	Payung hukum tidak kompatibel dengan realitas pasar; solusi hanya lewat aturan turunan
UU	UU 13/2003, dan UU Cipta Kerja	DPR, Kemnaker	Mengatur hubungan kerja formal	Pengemudi ojek <i>online</i> berada di luar rezim hubungan kerja	Tidak ada kepastian perlindungan minimum; perdebatan pekerja vs mitra
UU	UU 20/2008 (UMKM)	DPR, Kemenkop UKM	Prinsip kemitraan, dan pemberdayaan usaha mikro	Menjadi dasar narasi pengemudi sebagai mitra/usaha mikro	Tidak menjawab isu perlindungan sosial & keselamatan
UU	UU 11/2008, dan UU 19/2016	DPR, Komdigi	Tata kelola sistem elektronik	Platform dikategorikan sebagai PSE	Tidak menyentuh tarif, komisi, atau kesejahteraan
PP	PP 71/2019	Komdigi	Kewajiban PSE (data, keamanan, kepatuhan)	Menegaskan status perusahaan aplikasi sebagai platform digital	Belum mengatur transparansi algoritma pendapatan
PP	PP 15/2013 & PP 46/2021	Komdigi	Layanan pos, dan logistik	Relevan untuk layanan delivery ojek <i>online</i>	Fragmentasi regulasi antara transport & logistik
Permen	PM 12/2019	Kemenhub	Pedoman keselamatan, kemitraan dan teknis ojek <i>online</i>	Menjadi dasar operasional utama ojek <i>online</i> roda dua	Lemah secara legal karena tidak didukung UU induk
Kepmen	KM 348/2019, dan KM 564/2022	Kemenhub	Tarif batas bawah–atas, dan zonasi	Melindungi dari perang tarif ekstrem	Promo & insentif mengaburkan tarif efektif
Kepmen	KM 667/2022 & KM 1001/2022	Kemenhub	Biaya jasa/komisi (±15 Persen + 5 Persen)	Memberi rambu struktur potongan	Tidak ada sanksi tegas; implementasi bervariasi
Permen	PM 5/2021	Kemnaker	Pekerja di luar hubungan kerja (PBPU)	Membuka jalur perlindungan non-formal	Skema perlindungan masih sukarela
Rencana	Draft Perpres Perlindungan Pekerja Platform	Setneg, Kemenko Ekonomi, Kemnaker	Perlindungan dasar tanpa ubah status	Potensi meningkatkan jaring pengaman	Belum final; resistensi lintas aktor
Permen	PM 8/2025	Komdigi	Layanan pos komersial	Mengatur delivery, bukan penumpang	Tidak sinkron dengan regulasi transport
Daerah	Perda/ Pergub teknis (titik jemput, ketertiban)	Pemda	Ketertiban & ruang publik	Mengatur operasional lokal ojek <i>online</i>	Variasi, dan fragmentasi antar daerah

Sumber: Hasil analisis peneliti dari materi berbagai sumber, (2025)



▲ (marketeers.com)

## 3.2. Penetapan Tarif dan Promosi Ojek *Online*

Pengaturan tarif ojek *online* roda dua mengacu pada Kepmenhub KP No. 667/2022, dan KP No. 1001/2022 yang menetapkan tarif batas bawah, dan batas atas tarif sebagai instrumen perlindungan untuk menjaga keseimbangan antara kepentingan pengemudi terkait pendapatan minimum, melindungi konsumen dari tarif berlebih, sekaligus menjaga keberlanjutan industri. Skema ini berfungsi sebagai kerangka acuan regulatif yang memberikan kepastian sekaligus tetap memberi ruang bagi mekanisme pasar dan inovasi layanan dalam menyesuaikan dinamika operasional di lapangan.

Temuan studi ini menunjukkan bahwa harga layanan di lapangan bersifat dinamis, dan dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk kebijakan tarif, program promosi, serta mekanisme pengelolaan dalam platform aplikasi. Berdasarkan hasil survei pengguna, dan pengemudi, yang juga diperdalam melalui FGD dengan perusahaan aplikasi, pemerintah dan mitra, dapat dipahami bahwa program promosi berperan dalam mendorong permintaan layanan. Sementara itu, dinamika harga di lapangan lebih banyak ditentukan oleh interaksi antara permintaan, dan penawaran. Dalam konteks ini, tarif resmi cenderung berfungsi se-

bagai batas administratif, sedangkan promosi menjadi instrumen yang memberikan fleksibilitas harga sekaligus membentuk persepsi harga yang lebih terjangkau di sisi konsumen.

### Persaingan Tarif dan Promosi

Persaingan tarif, dan promosi merupakan ciri industri ojek *online*, di mana harga berfungsi sebagai alat untuk menarik pengguna, meningkatkan frekuensi transaksi dan mempertahankan daya saing. Dampaknya adalah peningkatan potensi perang tarif antar perusahaan aplikasi. Menurut Castillo (2024), promosi cukup efektif dalam meningkatkan permintaan jangka pendek serta berfungsi sebagai alat akuisisi, dan redistribusi pengguna antar perusahaan aplikasi. Namun demikian, dampak terhadap loyalitas jangka panjang relatif terbatas.

Promosi tidak bisa berperan sebagai strategi berkelanjutan karena berimplikasi pada margin usaha. Apabila kondisi ekonomi membaik, dan daya beli meningkat, insentif untuk memberikan promo masih cenderung menurun karena strategi tersebut mahal, dan berpotensi merugikan. Dalam kondisi permintaan

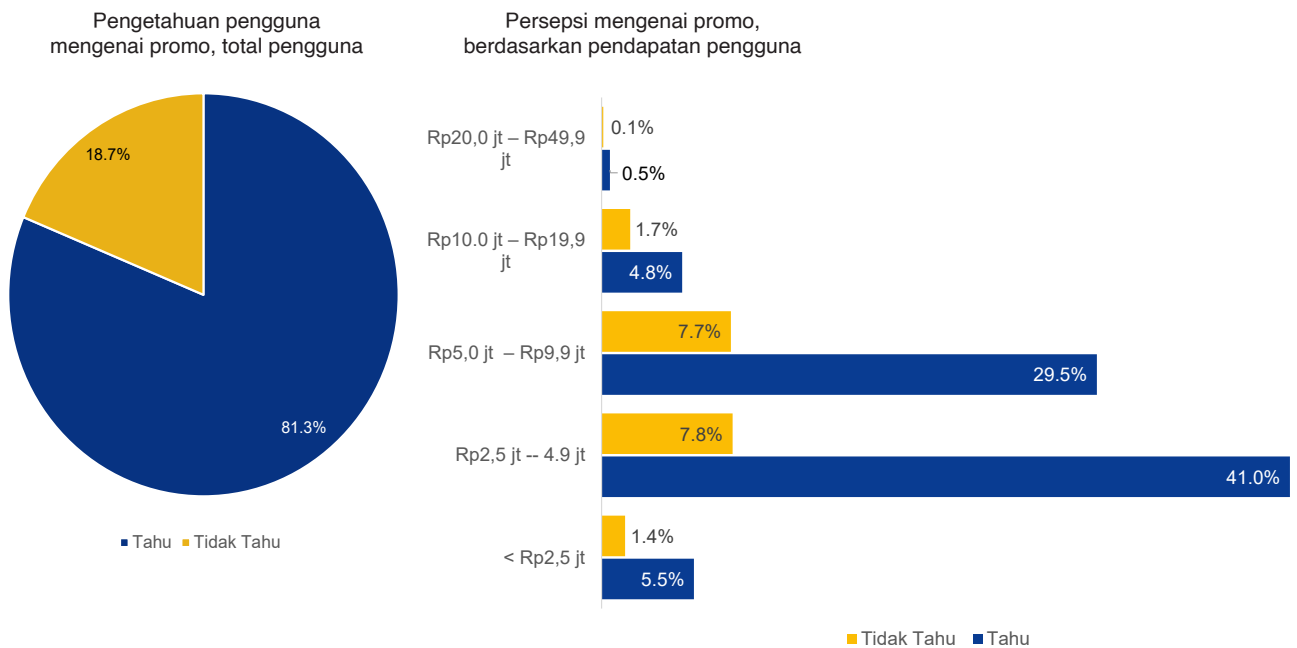
yang kuat, perusahaan aplikasi secara rasional menyesuaikan harga yang mencerminkan keseimbangan pasar, sebagaimana terjadi di beberapa negara dengan tingkat pendapatan yang lebih tinggi. Karena itu, promosi lebih tepat dipahami sebagai instrumen stabilisasi permintaan jangka pendek, bukan sebagai fondasi model bisnis jangka panjang.

Dari sudut pandang tata kelola pasar, tarif, dan promosi menentukan distribusi manfaat dan risiko dalam ekosistem industri ojek *online*. Penekanan tarif melalui subsidi, dan diskon yang berkepanjangan mendorong lonjakan permintaan sementara akibat harga yang lebih rendah. Sementara itu, pengemudi tetap menerima tarif sesuai ketentuan. Sehingga secara nominal pendapatan bruto meningkat karena volume perjalanan bertambah (misalnya dari 5 men-

jadi 10 perjalanan). Dengan kata lain, keseimbangan antara penawaran dan permintaan yang terbentuk tidak berkelanjutan karena bersifat artifisial, atau tidak mencerminkan struktur biaya, dan kemampuan industri yang sesungguhnya.

Perang harga, dan promosi yang agresif akan menekan margin keuntungan perusahaan aplikasi, dan meningkatkan ketergantungan pada subsidi, yang dalam jangka panjang berpotensi mengganggu keberlanjutan industri. Temuan survei (lihat Gambar 3.1) menunjukkan adanya tingkat pengetahuan yang sangat tinggi terhadap promosi di kalangan pengguna, terutama kelompok berpendapatan menengah. Ini menandakan bahwa promosi menjadi faktor kunci dalam pengambilan keputusan dan dinamika operasional ojek *online*.

**Gambar 3.1. Pengetahuan Pengguna mengenai Promo berdasarkan Pendapatan Pengguna**

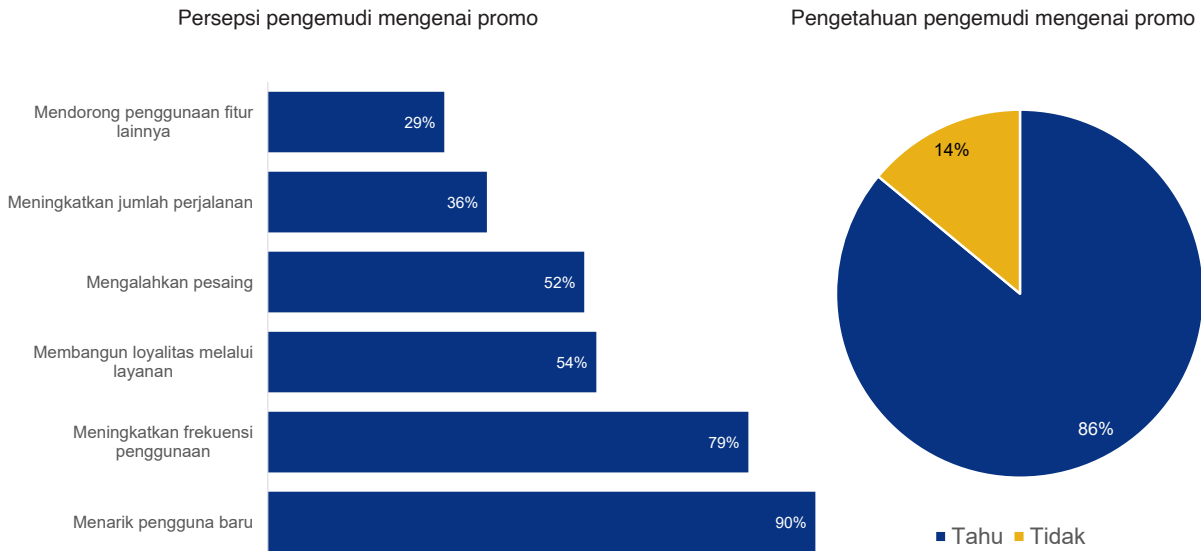


Sumber: Hasil Survei Peneliti (2025)

Lebih jauh, survei juga menanyakan persepsi pengemudi mengenai pengetahuan terkait promo dan persepsi mereka terkait tujuan pemberi promo (lihat Gambar 3.2). Hasil survei menunjukkan pengemudi memiliki persepsi bahwa promosi bukan sekadar strategi pemasaran, tetapi juga sebagai instrumen

persaingan. Selain untuk menarik pengguna, dan meningkatkan frekuensi perjalanan, promosi ini juga ikut menurunkan tarif efektif. Persepsi tersebut mencerminkan pemahaman pengemudi bahwa promosi merupakan bagian dari perang tarif yang berdampak terhadap pendapatan, dan volume kerja mereka.

**Gambar 3.2. Pengetahuan, dan Persepsi Pengemudi terkait Promo**



Sumber: Hasil Survei Peneliti (2025)

Dalam praktiknya, tarif, dan promosi tidak dapat dipisahkan dari dinamika persaingan dalam industri ojek *online*. Tingginya tingkat kesadaran terhadap promosi menegaskan bahwa strategi ini merupakan mekanisme penting dalam membentuk pasar. Dengan kata lain, perang tarif dan promosi mempengaruhi kesejahteraan pengemudi, perilaku pengguna dan keberlanjutan industri secara keseluruhan.

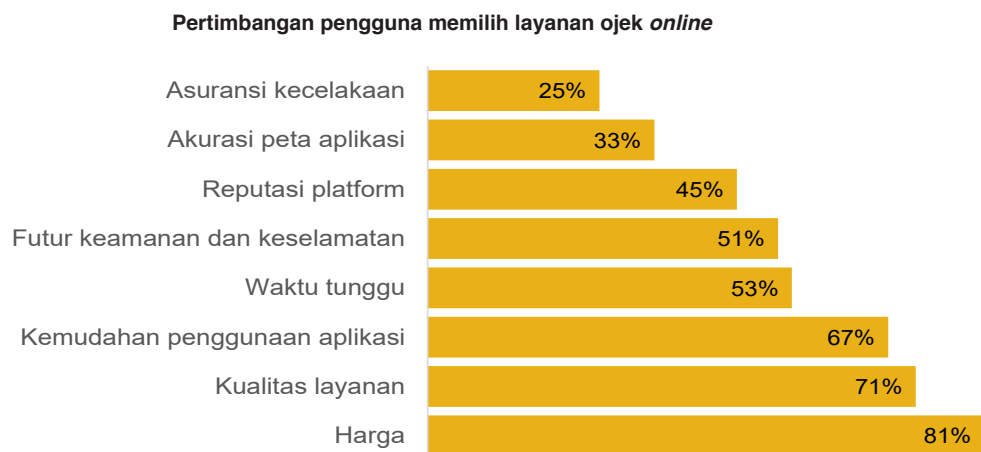
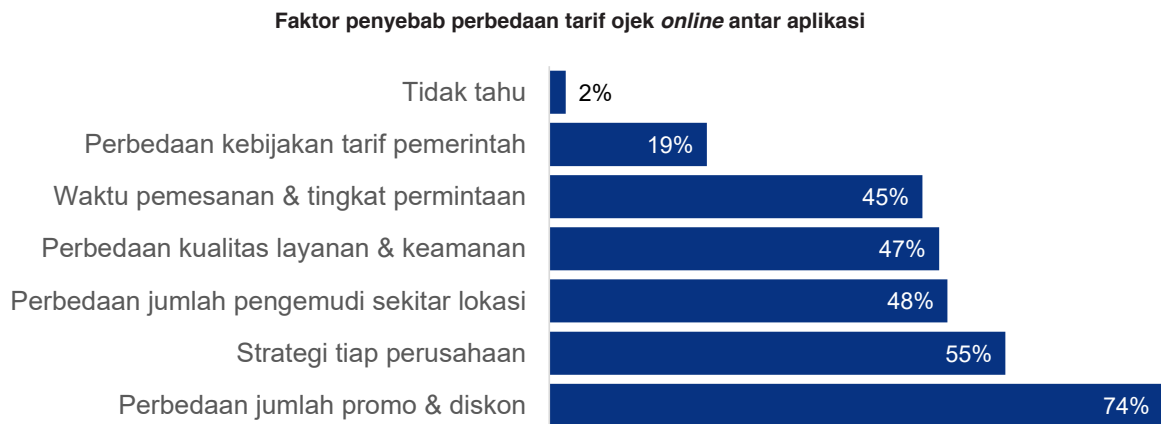
### Dampak Perang Tarif, dan Promosi

Ketika promosi ikut membentuk harga, dan meningkatkan persaingan, isu kesejahteraan pengemudi, dan keberlanjutan industri muncul. Survei kepada pengguna menunjukkan bahwa harga merupakan faktor dominan dalam menentukan pilihan layanan ojek *online* (81 persen), jauh melampaui kualitas layanan lainnya. Lalu, perbedaan tarif antar perusahaan aplikasi dilihat sebagai akibat promosi, bukan kondisi permintaan-penawaran atau dampak dari kebijakan tarif pemerintah. Faktor lain seperti ketersediaan pengemudi (48 persen), dan tingkat permintaan (45 persen) diakui berpengaruh, tetapi bukan yang utama.

Persepsi ini menjelaskan adanya celah atau *gap* antara regulasi harga dan pengalaman riil di lapangan. Harga semakin dipahami sebagai variabel yang dipengaruhi oleh promosi. Pergeseran tersebut berpotensi mengubah struktur harga serta memperkuat ketergantungan pada tarif murah, serta melemahkan efektivitas kebijakan tarif minimum-maksimum akibat dominasi instrumen non-tarif yang belum diatur secara memadai.

Meskipun promo terbukti dapat meningkatkan permintaan, dan dalam beberapa kasus mendorong kenaikan pendapatan, di sisi lain promo juga menciptakan daya beli semu bagi pengguna karena harga yang dibayarkan tidak sepenuhnya mencerminkan biaya riil layanan. Oleh karena itu, yang diperlukan bukan pembatasan promo secara kaku, melainkan pengaturan tata kelolanya secara proporsional. Promo tetap diperlukan sepanjang tidak menurunkan pendapatan mitra pengemudi hingga di bawah biaya jasa yang berlaku serta tidak mengurangi standar keselamatan, dan kenyamanan layanan. Dengan kerangka yang jelas, promo dapat tetap berfungsi sebagai strategi pemasaran tanpa mengalihkan risiko dan tekanan persaingan secara tidak proporsional kepada pihak lain, termasuk pengemudi.

**Gambar 3.3. Pertimbangan Pengguna Memilih Layanan Ojek *Online* dan Faktor Penyebab Perbedaan Tarif Ojek *Online* Antar Aplikasi**

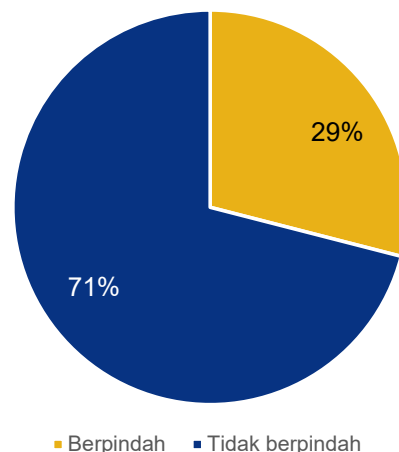


Sumber: Hasil Survei Peneliti (2025)

Meskipun perang harga dan promosi umum terjadi, persepsi publik terhadap dampak pada keberlanjutan industri masih relatif moderat. Banyak pengguna menikmati manfaat jangka pendek tanpa menyadari risiko jangka panjang, seperti tekanan profitabilitas perusahaan aplikasi yang berujung pada penurunan kualitas layanan. Kondisi ini mendorong perusahaan aplikasi mempertahankan promosi, meskipun berpotensi melemahkan kinerja keuangan dan kualitas layanan ke depan.

Dari sisi pengguna, ketergantungan terhadap promosi sifatnya terbatas. Ketika promosi berkurang, mayoritas pengguna (71 persen) tetap menggunakan ojek *online* (lihat Gambar 3.4). Sementara 29 persen berpotensi berpindah, meskipun dalam faktanya

**Gambar 3.4. Kesiapan Pengguna Tetap Menggunakan Ojek *Online* saat Promo Berkurang**



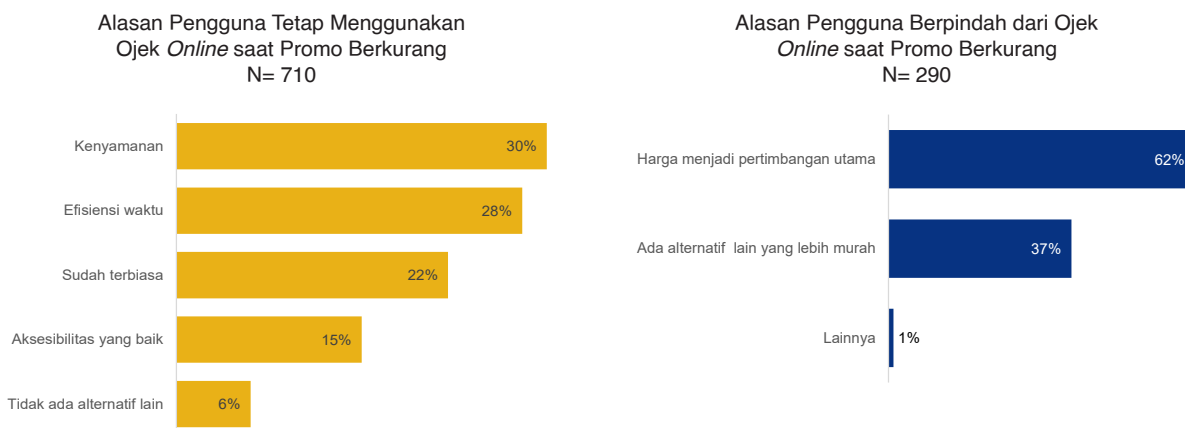
■ Berpindah ■ Tidak berpindah

Sumber: Hasil Survei Peneliti (2025)

alternatif tersebut belum tentu tersedia. Keberlanjutan permintaan terutama ditopang oleh faktor non-harga seperti kenyamanan, efisiensi waktu, kebiasaan, dan kemudahan akses. Sebagian pengguna berpindah karena harga. Pola ini menunjukkan adanya perbedaan antara pengguna loyal, dan pengguna yang

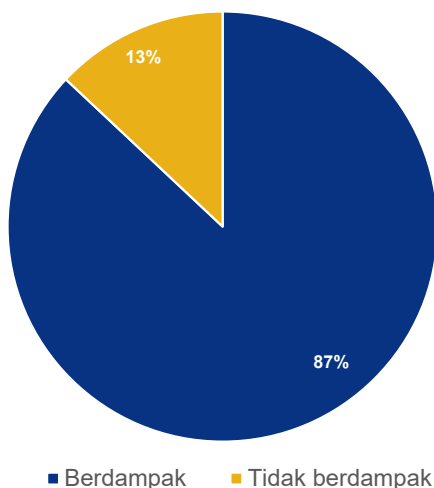
sensitif harga. Hal ini juga menegaskan bahwa promosi menstimulus perpindahan aplikasi dalam jangka pendek, tetapi bukan menjadi faktor dominan dalam membangun loyalitas pelanggan.

**Gambar 3.5. Alasan Pengguna Bertahan maupun Berpindah dari Aplikasi ojek *online* saat Promo Berkurang**



Sumber: Hasil Survei Peneliti (2025)

**Gambar 3.6. Persepsi Dampak Promo terhadap Kondisi Kerja Pengemudi**



Sumber: Hasil Survei Peneliti (2025)

Hasil survei di atas sejalan dengan studi oleh Castillo (2024) yang menunjukkan bahwa permintaan ojek *online* sensitif terhadap perubahan harga, namun efeknya bersifat jangka pendek. Diskon sebesar 10-20 persen terbukti meningkatkan permintaan dengan elastisitas sekitar 0,63. Artinya, setiap harga naik satu persen, maka permintaan akan turun 0,63 persen. Meskipun demikian, diskon tidak membentuk permintaan jangka panjang yang stabil.

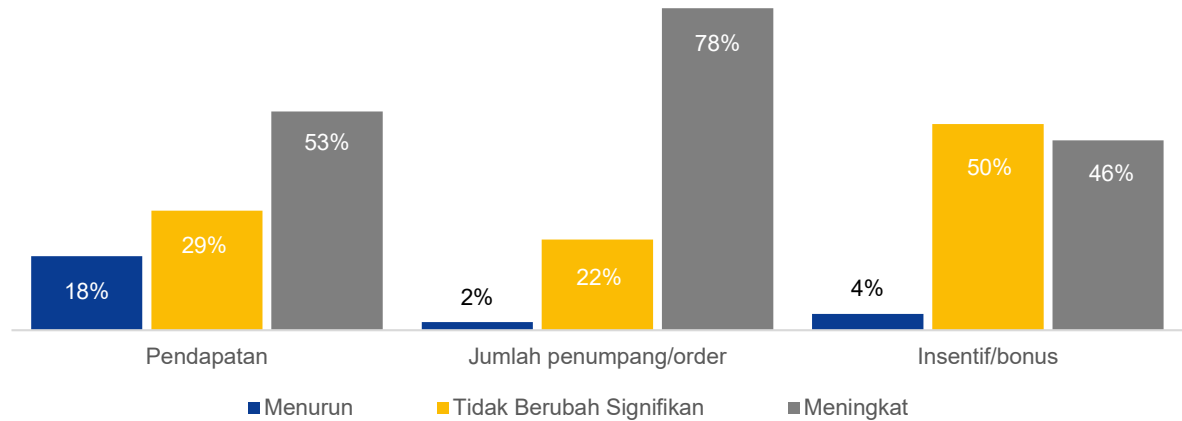
Sejalan dengan temuan tersebut, survei juga menunjukkan bahwa promosi, dan tarif murah mendorong perpindahan aplikasi, meski tidak dominan. Karena mayoritas pengguna tetap mempertahankan perusahaan aplikasi meskipun promosi berkurang. Mereka memiliki pertimbangan non-harga seperti kenyamanan, efisiensi waktu, keselamatan dan kualitas layanan.

Survei juga menunjukkan persepsi yang sejalan di kalangan pengemudi. Mayoritas pengemudi (87 persen) menilai bahwa promo berdampak positif bagi mereka (Gambar 3.6), terutama terhadap pendapatan, jumlah

penumpang, dan insentif bonus (lihat Gambar 3.7). Peningkatan permintaan akibat promo menciptakan

efek domino yang mendorong kenaikan pendapatan, dan insentif, bukan sebaliknya.

**Gambar 3.7. Dampak Promo terhadap Pendapatan, Jumlah Order dan Insentif Pengemudi**



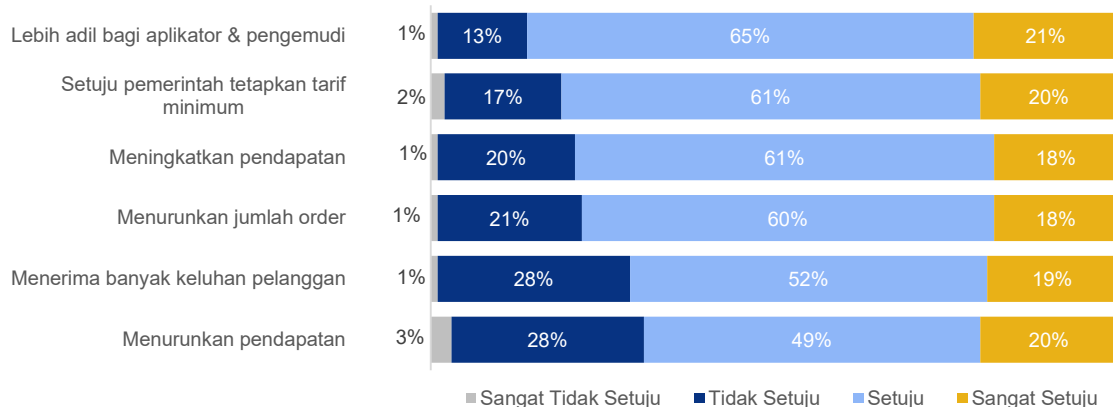
Sumber: Hasil Survei Peneliti (2025)

Berdasarkan gambar 3.7, terlihat bahwa kenaikan jumlah penumpang/*order* (78 persen) jauh lebih tinggi dibandingkan kenaikan pendapatan (53 persen). Artinya, meskipun mayoritas pengemudi mengalami peningkatan volume perjalanan saat promo berlangsung, peningkatan tersebut tidak seluruhnya diterjemahkan menjadi kenaikan pendapatan yang sebanding. Temuan ini mengindikasikan bahwa kenaikan *order* meningkatkan pendapatan, tetapi tidak berbanding lurus. Dari sisi industri, promosi agresif meningkatkan tekanan biaya, dan risiko margin negatif. Sehingga dapat menciptakan distribusi manfaat yang timpang, ketidakstabilan pendapatan pengemudi dan risiko *race to the bottom* bagi keberlanjutan jangka panjang ekosistem ojek *online*.

### Kenaikan Tarif, dan Kompleksitas Implikasinya

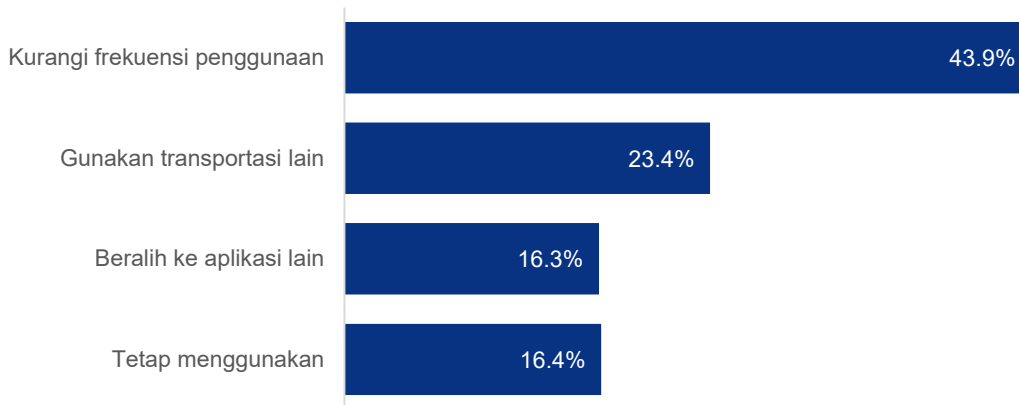
Hasil survei menunjukkan bahwa mayoritas pengemudi mendukung kebijakan tarif minimum dan memandangnya sebagai instrumen perlindungan pendapatan yang lebih menguntungkan pengemudi, meskipun disertai kesadaran akan risiko penurunan jumlah order, dan meningkatnya keluhan pelanggan. Temuan ini mencerminkan sikap mendua pengemudi, yaitu di satu sisi membutuhkan perlindungan tarif, namun di sisi lain memahami konsekuensi kebijakan tersebut terhadap dinamika permintaan pasar.

**Gambar 3.8. Respon Pengemudi Terhadap Kebijakan Kenaikan Tarif Minimum**



Sumber: Hasil Survei Peneliti (2025)

**Gambar 3.9. Respons Pengguna Terhadap Kenaikan Tarif Ojek *Online***

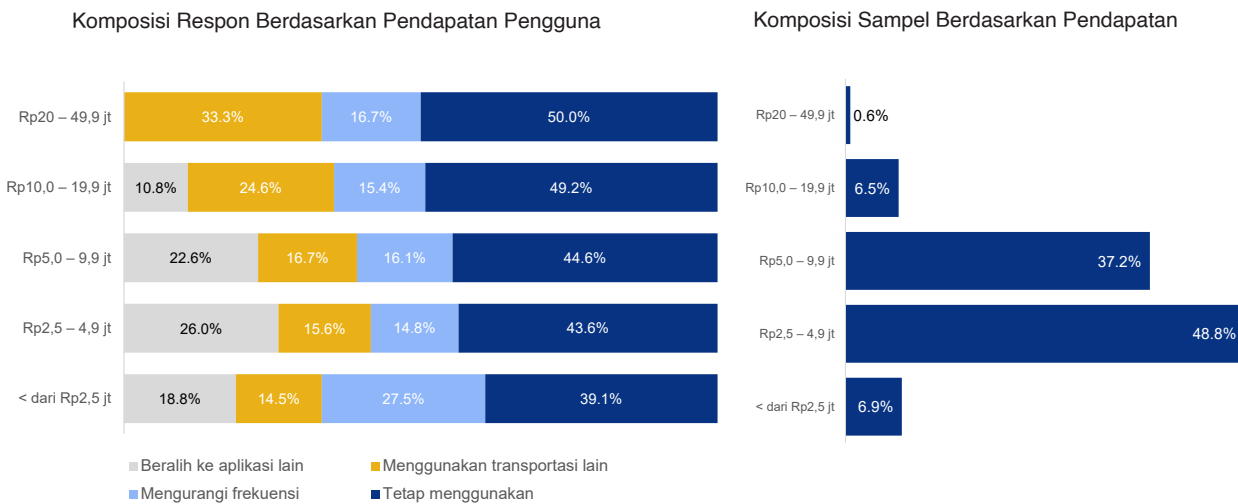


Sumber: Hasil Survei Peneliti (2025)

Dari sisi pengguna, respons terhadap kenaikan tarif ojek *online* menunjukkan gap antar kota, bahkan dalam wilayah yang sama. Meskipun demikian, mayoritas pengguna (43,9 persen) tetap bersedia menggunakan aplikasi ojek *online* yang biasa mereka

gunakan, meskipun terjadi peningkatan tarif (lihat Gambar 3.9). Sementara itu, sebanyak 56,1 persen dari total responden pengguna akan beralih ke aplikasi lain (23,4 persen), menggunakan transportasi lain (16,3 persen), dan mengurangi frekuensi pemesanan (16,4 persen).

**Gambar 3.10. Respons Pengguna terhadap Kenaikan Tarif Ojek *Online***



Sumber: Hasil Survei Peneliti (2025)

Sementara itu, jika dikaitkan dengan pendapatan bulanan, respon pengguna terhadap kenaikan tarif ojek *online* menunjukkan variasi. Mayoritas pengguna di hampir seluruh kelompok pendapatan menyatakan tetap akan menggunakan layanan ojek *online* meskipun tarif meningkat, dengan mengurangi frekuensi penggunaan. Di sisi lain, sebagian pengguna, terutama pada kelompok pendapatan menengah, cenderung

beralih ke aplikasi lain atau ke moda transportasi alternatif. Temuan ini menunjukkan bahwa kenaikan tarif tidak serta-merta menghilangkan permintaan, melainkan mendorong adaptasi perilaku konsumsi dalam hal intensitas penggunaan dan pilihan moda transportasi.

Lebih lanjut, analisis kesiapan membayar tarif

tambahan menunjukkan adanya ruang penyesuaian harga yang relatif terbatas, terutama pada kelompok berpendapatan menengah, dan menengah-atas. Sebagian besar pengguna bersedia menerima kenaikan tarif dalam kisaran nominal rendah hingga moderat. Dengan demikian, kebijakan tarif minimum dapat diterima selama tingkat kenaikannya wajar, dan dikomunikasikan sebagai upaya menjaga kualitas, dan keberlanjutan layanan, serta pendapatan pengemudi.

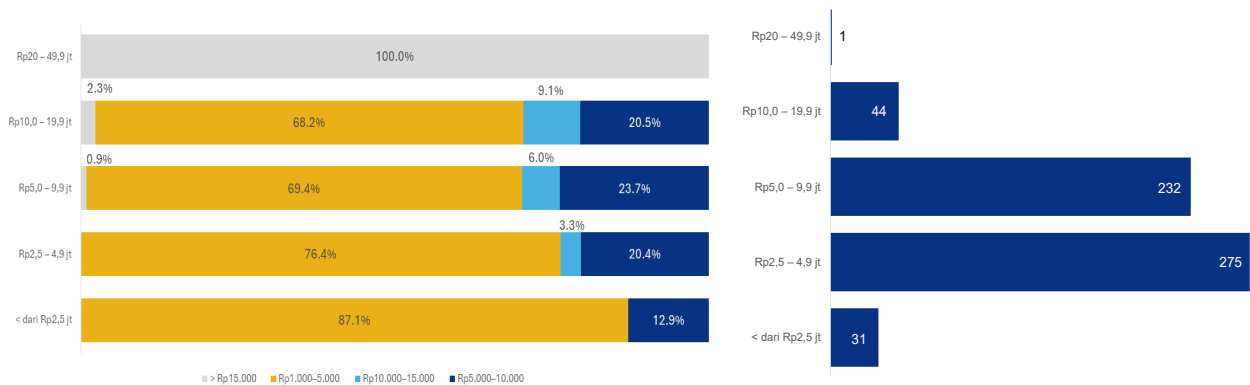
Penetapan tarif ojek *online* pada dasarnya merupakan intervensi harga di pasar dua sisi yang mempertemukan pengemudi, dan pengguna melalui *platform digital*. Karena itu, perhatian tidak hanya pada besaran tarif, tetapi juga mekanisme penghitungan, dan penetapannya. Jika penetapan tarif dilakukan secara agregat dan seragam, tanpa disertai formula yang transparan dan pembaruan data secara berkala, maka terdapat potensi bahwa kebijakan belum sepenuhnya mencerminkan variasi biaya, daya beli dan permintaan yang berbeda antar wilayah.

Secara ekonomi, struktur biaya pengemudi dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti biaya perawatan,

kepadatan lalu lintas dan rata-rata jarak tempuh yang berbeda antar wilayah. Sementara itu di sisi permintaan, elastisitas harga juga bervariasi tergantung tingkat pendapatan masyarakat, ketersediaan moda transportasi alternatif, serta dinamika aktivitas ekonomi di masing-masing daerah. Dalam konteks ini, penetapan tarif minimum perlu mempertimbangkan keragaman kondisi tersebut, agar dapat relevan di berbagai wilayah.

Tanpa pendekatan berbasis data, seperti perhitungan biaya operasional riil, analisis elastisitas permintaan, serta pemahaman terhadap keseimbangan pasar, kebijakan tarif berpotensi kurang adaptif terhadap perubahan kondisi ekonomi, termasuk inflasi, dinamika daya beli, maupun perubahan biaya operasional. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan yang lebih kontekstual, dan berbasis bukti agar kebijakan tarif dapat menjaga keseimbangan antara kepentingan konsumen, keberlanjutan pendapatan pengemudi, dan stabilitas ekosistem layanan secara keseluruhan.

**Gambar 3.11. Kesiediaan Membayar Tambahan Tarif Berdasarkan Pendapatan Pengguna**



Sumber: Hasil Survei Peneliti (2025)

Penetapan, dan kenaikan tarif minimum ojek *online* di satu sisi, kebijakan ini dipandang penting oleh pengemudi sebagai instrumen perlindungan pendapatan di tengah tekanan persaingan berbasis promosi. Di sisi lain, respon pengguna menunjukkan fragmentasi yang tajam antar kota, dan kelompok pendapatan. Sehingga dampak kenaikan tarif tidaklah sama.

Temuan ini menegaskan bahwa tarif minimum bukan solusi tunggal, melainkan intervensi yang efektivitasnya sangat bergantung pada kondisi pasar lokal.





### 3.3. Tantangan Penetapan Besaran Komisi

Penetapan komisi dalam industri ojek *online* di Indonesia selalu menjadi isu hangat. Komisi merupakan harga yang dibayar oleh pengemudi atas penggunaan layanan platform dalam mendapatkan order. Komisi menjadi bagian penting dalam menjaga ekosistem layanan aplikasi, mulai dari pengembangan sistem aplikasi hingga fitur jaminan keselamatan. Tetapi oleh sebagian pihak, komisi yang merupakan harga layanan *platform* ini kerap dinilai belum proporsional. Sementara itu, industri menghendaki agar pengaturan komisi juga mempertimbangkan keberlanjutan industri, perbaikan iklim investasi dan kebutuhan untuk menjaga keseimbangan antara kepentingan pengemudi, konsumen dan perusahaan aplikasi.

besaran komisi ini (lihat Tabel 3.3), dimana tingkat komisi berada pada rentang 10 - 20 persen.

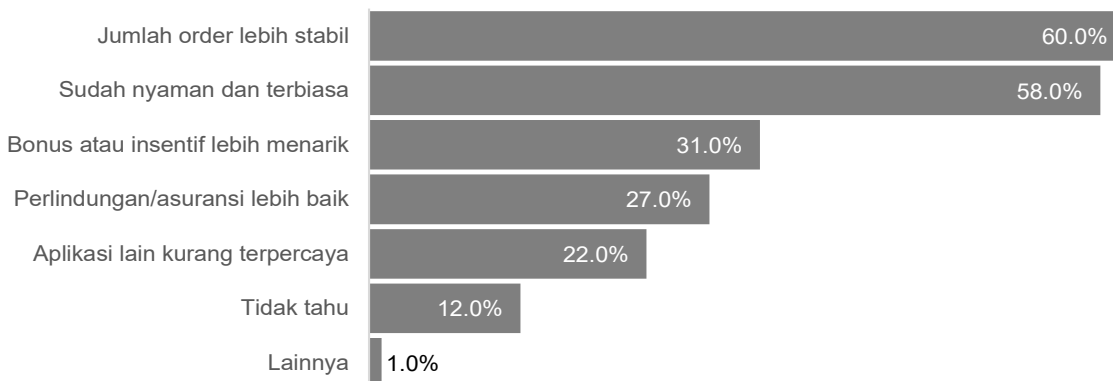
Struktur insentif, khususnya kebijakan komisi dalam industri ojek *online* berperan penting dalam menarik, mempertahankan dan mengelola pengemudi mereka. Namun demikian, besaran angka komisi tidak serta merta berdampak langsung terhadap pendapatan pengemudi (Chen & Deng, 2025). Hal ini dikarenakan komisi juga ditujukan untuk pembiayaan sistem aplikasi guna meningkatkan kualitas layanan, keamanan data, kualitas sistem, jaminan keselamatan penumpang maupun pengemudi, juga penyediaan fasilitas-fasilitas pendukung kerja pengemudi lainnya termasuk *shelter* tunggu pengemudi, diskon servis motor dan layanan ambulans.

#### Komisi 10 Persen atau 20 Persen?

Sebagai bentuk harga layanan platform kepada mitra pengemudi, sesungguhnya tidak banyak negara yang mengatur komisi secara rigid. Sebagian besar negara tidak mengatur komisi transportasi *online* secara rigid karena sektor ini sangat dinamis, dan berbasis teknologi, dimana fleksibilitas komisi diperlukan untuk menyesuaikan kondisi pasar, mendorong inovasi, dan menjaga keseimbangan antara efisiensi, perlindungan pekerja, dan kepentingan konsumen. Di Asia Tenggara, hanya Indonesia yang mengatur

Hal tersebut sudah dipahami oleh para pengemudi, sebagaimana terkonfirmasi dalam survei maupun FGD. Pemahaman yang mendasari loyalitas para pengemudi untuk tidak mudah berpindah aplikasi dikarenakan besaran komisi berdampak terhadap jumlah *demand order* yang mereka terima (60 persen), yang pada akhirnya berdampak kepada besaran pemasukan mereka. Selain itu, alasan kenyamanan penggunaan aplikasi juga turut mendominasi pertimbangan loyalitas para pengemudi terhadap aplikasi ojek *online* (58 persen) disusul dengan pertimbangan ketersediaan asuransi keselamatan (27 persen) (lihat Gambar 3.12).

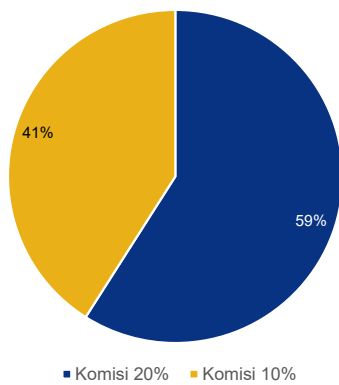
**Gambar 3.12. Alasan Loyalitas Pengemudi Terhadap Penggunaan Aplikasi Dengan Komisi Sebagai Faktor Pertimbangan Keputusan**



Sumber: Hasil Survei Peneliti (2025)

Berbagai *benefit* yang dirasakan pengemudi mulai dari order yang stabil, kenyamanan penggunaan aplikasi, bonus atau insentif, hingga asuransi tersebut menjadi pemikat loyalitas pengemudi ke *platform*. Oleh karena itu, tidak mengherankan hasil survei menunjukkan bahwa mayoritas pengemudi (59 persen) tetap lebih memilih perusahaan aplikasi dengan potongan komisi yang relatif lebih besar yakni 20 persen, dibandingkan perusahaan aplikasi dengan komisi 10 persen (lihat Gambar 3.13).

**Gambar 3.13. Preferensi Pengemudi Dalam Menentukan Aplikasi Ojek Online Sebagai Mitra Kerja berdasarkan Besaran Potongan Komisi**

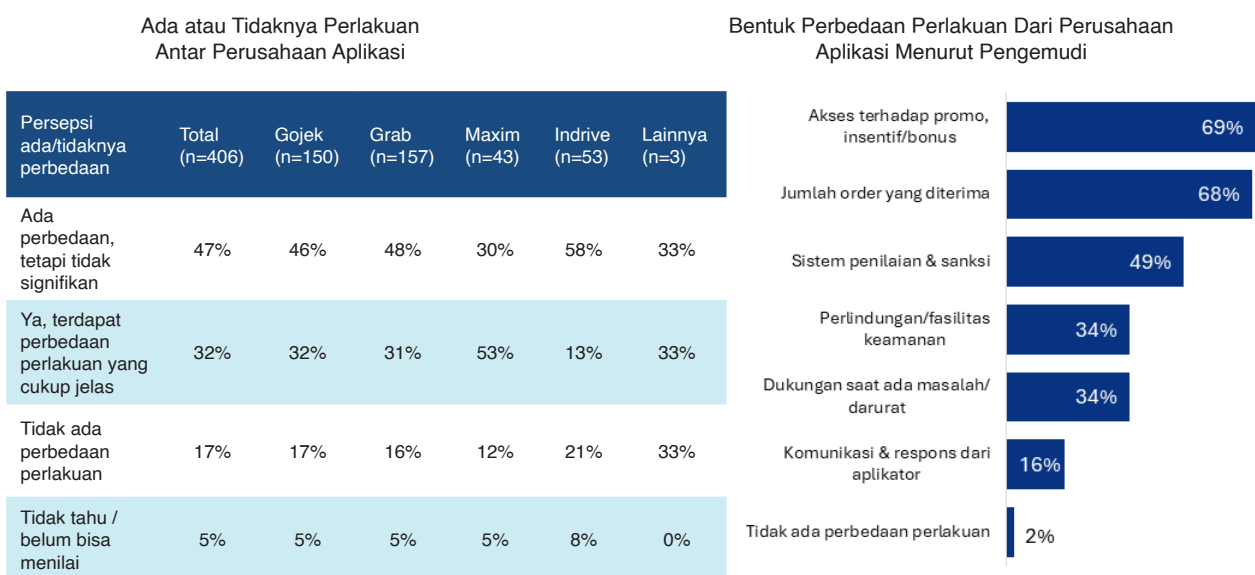


Sumber: Hasil Survei Peneliti (2025)

Hal yang juga menarik untuk dilihat lebih jauh adalah apa yang dirasakan oleh para pengemudi terhadap layanan dari perusahaan aplikasi yang memiliki tingkat komisi yang berbeda. Hasil survei menunjukkan 79 persen pengemudi merasakan adanya perbedaan perlakuan antar perusahaan aplikasi, dimana perbedaan signifikan dirasakan oleh 32 persen pengemudi dan perbedaan kurang signifikan oleh 47 persen pengemudi. Sebaliknya 17 persen pengemudi menilai tidak ada perbedaan layanan antara perusahaan aplikasi dengan tarif komisi besar, dan kecil.

Dari para responden pengemudi yang menyatakan ada perbedaan layanan, mayoritas beralasan perbedaan yang dirasa adalah terkait aspek ekonomi, dan akses order, terutama akses promo atau insentif (69 persen), dan jumlah order (68 persen), sementara aspek kelancaran komunikasi platform (16 persen) relatif jarang disebut. Hal ini menunjukkan bahwa besaran komisi berdampak langsung pada akses terhadap promo, dan peningkatan jumlah order yang menjadi faktor utama yang berkontribusi pada peningkatan pendapatan pengemudi. Sehingga dampak kebijakan lebih dirasakan pada aspek ekonomi, dibanding aspek layanan teknis.

**Gambar 3.14. Persepsi Pengemudi Terkait Perlakuan atau Layanan Aplikasi Dengan Tingkat Komisi yang Berbeda**



Sumber: Hasil Survei Peneliti (2025)

## Komisi Fleksibel vs. Tetap

Pada dasarnya, perusahaan aplikasi ojek *online* mengelola dua sisi pasar sekaligus, yaitu penumpang, dan pengemudi, atau sisi permintaan, dan sisi penawaran. Pada situasi ini dua instrumen utama yang sering digunakan adalah tingkat komisi, dan biaya perjalanan. Riset Selcuk, dan Gokpinar (2025) menunjukkan bahwa pilihan instrumen ini sangat menentukan efisiensi operasional, retensi pengemudi dan kesejahteraan ekosistem secara keseluruhan.

Terkait dengan kebijakan komisi, kombinasi kebijakan komisi fleksibel, dan harga perjalanan yang tetap atau stabil memiliki dampak efektif, dan positif bagi keberlanjutan ekosistem ojek *online* (Selcuk & Gokpinar, 2025). Pembelajaran dari kebijakan negara lain dalam mengelola ekosistem ojek *online* juga dapat menjadi gambaran dalam memastikan keberlanjutan ekosistem ini ke depan (lihat Gambar 3.16.).

Tabel 3.3. Perbandingan Kebijakan Transportasi *Online* di Asia Tenggara

Negara	Nilai Komisi		Biaya Jasa		Keselamatan	
	Diregulasi	Tidak	Diregulasi	Tidak	Diregulasi	Tidak
Indonesia	●		●		●	
Thailand		●	●		●	
Malaysia		●		●	●	
Vietnam		●		●	●	
Filipina		●		●	●	
Singapura		●		●	●	
Myanmar		●		●		●
Kamboja		●		●		●

Sumber: Berbagai sumber data yang diolah oleh Peneliti, 2025

Di Asia Tenggara, hanya Indonesia yang secara eksplisit mengatur komisi ojek *online*, sementara negara-negara lain cenderung memberi ruang fleksibilitas pasar. Hal ini menunjukkan bahwa industry ini sangat bergantung pada dinamika permintaan-penawaran, inovasi teknologi dan strategi bisnis platform. Karena itu, pemerintah perlu berhati-hati agar tidak menerapkan regulasi yang kaku. Intervensi yang rigid justru berisiko menurunkan minat investasi akibat meningkatnya ketidakpastian usaha, sekaligus menghambat inovasi dan efisiensi platform yang membutuhkan fleksibilitas dalam pengelolaan algoritma, promo, dan skema insentif. Selain itu, keterbatasan dalam

penyesuaian struktur biaya dapat mendorong kenaikan harga layanan, yang pada akhirnya menekan permintaan, dan berdampak pada pendapatan pengemudi. Regulasi yang tidak berbasis data juga berpotensi menciptakan distorsi pasar akibat ketidakseimbangan antara *supply and demand*. Karena itu, pendekatan yang lebih adaptif, dan berbasis data menjadi kunci agar pemerintah tetap dapat melindungi pengemudi, dan konsumen, tanpa mengorbankan daya saing, pertumbuhan industri, serta peran strategis sektor ojek *online* dalam mendorong inklusi ekonomi, dan penciptaan lapangan kerja.

### 3.4. Benturan Status Kemitraan

Selain isu komisi, industri ojek *online* juga masih disibukkan dengan perdebatan terkait status pengemudi. Beberapa pihak misalnya Kemenaker meyakini bahwa pelaku industri ojek *online* khususnya perusahaan aplikasi perlu fokus pada isu kerja layak, perlindungan dasar dan jaring pengaman sosial. Perspektif ini kemudian berujung pada wacana agar status pengemudi perlu diubah dari mitra menjadi karyawan atau pekerja formal. Sebagaimana isu ketidakjelasan status ojek *online* sebagai moda transportasi publik, perdebatan terkait status pengemudi juga sama pentingnya, apalagi status kemitraan belum memiliki landasan hukum yang kuat.

sekitar 6,7 juta pengemudi terdaftar, dan sekitar 2,4 juta pengemudi aktif. Polarisasi ini menunjukkan bahwa isu ojek *online* telah menjadi persoalan sosial, ekonomi, dan politik yang memerlukan solusi berupa kebijakan yang kontekstual, dan menyeluruh.

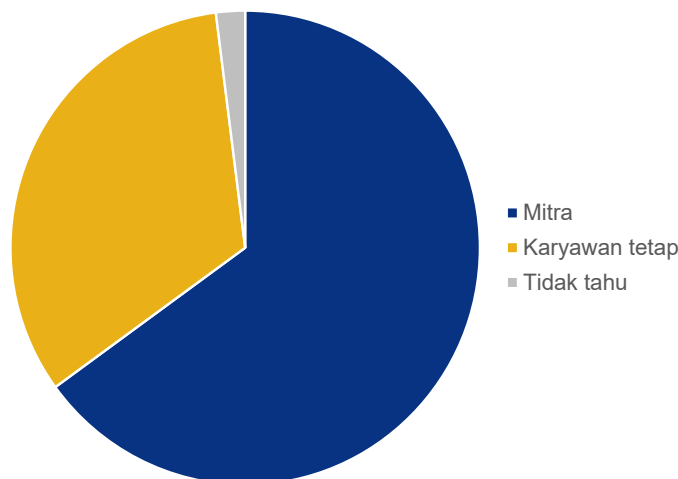
Secara internasional, tidak terdapat preseden tunggal terkait pengalihan status pengemudi menjadi karyawan tetap. Sebagai acuan, *International Labour Organization* (ILO) tidak mewajibkan formalisasi penuh, melainkan membuka ruang penyesuaian sesuai konteks nasional, dengan tetap menjadikan aspek “kerja layak” (*decent work*) sebagai penekanan utama (WESO, 2021).

#### Narasi di Publik vs. Keinginan Riil Pengemudi

Isu status kerja pengemudi ojek *online* semakin menguat di ruang publik, dan politik. Sebagian kelompok masyarakat sipil, serikat pekerja dan beberapa anggota DPR mendorong formalisasi status pengemudi demi perlindungan kerja, dan jaminan sosial. Mereka juga menyoroti potongan tarif perusahaan aplikasi yang dinilai kurang adil. Sebaliknya, sebagian politisi, pakar, dan komunitas pengemudi menolak formalisasi karena berisiko menghilangkan fleksibilitas kerja, dan mengurangi ketersediaan lapangan kerja, mengingat keterbatasan perusahaan aplikasi untuk menyerap

Dalam konteks Indonesia, prioritas kebijakan dinilai lebih tepat diarahkan pada pemenuhan standar kerja dan perlindungan sosial yang adil tanpa mengorbankan fleksibilitas, dimana Kepmenhub No. 667/2022 dipandang sebagai langkah awal untuk menjaga stabilitas pendapatan melalui pengaturan tarif. FGD yang dilakukan terkait studi ini menunjukkan bahwa perusahaan aplikasi, dan mayoritas pengemudi menilai fleksibilitas kerja sebagai keunggulan utama model kemitraan. Skema ini dianggap memberikan otonomi waktu, otonomi produktivitas dan inklusivitas bagi pengemudi dengan keterbatasan usia, disabilitas, gender, maupun tanggung jawab keluarga. Temuan hasil survei terhadap pengemudi menemukan fakta yang sejalan dengan hasil FGD (lihat Kotak 3.1).

Gambar 3.15. Pilihan Status Kerja yang Diharapkan Pengemudi Ojek *Online*



Sumber: Hasil Survei Peneliti (2025)

Survei menunjukkan bahwa 65 persen pengemudi memilih bertahan sebagai mitra, sementara 33 persen memilih status sebagai karyawan tetap (lihat Gambar 3.15). Temuan ini sejalan dengan survei

oleh Tenggara Strategic pada bulan September 2025 dimana mayoritas pengemudi (52 persen) memilih status sebagai mitra.

**Tabel 3.4. Preferensi Status Ketenagakerjaan Pengemudi Ojek *Online***

Jawaban	Jumlah	Persentase
Status sebagai karyawan tetap dengan upah minimum. Namun, akan ada target kinerja yang lebih ketat dan Anda hanya diperbolehkan bekerja di satu perusahaan. Selain itu proses seleksi mitra lebih ketat dan hanya 30 persen dari pengemudi saat ini yang bisa dijadikan karyawan tetap. Sisanya yang 70 persen akan di-PHK.	158	15%
Status sebagai mitra dengan jam kerja fleksibel.	542	52%
Status sebagai mitra dengan manfaat dasar tambahan seperti BPJS dan asuransi kecelakaan, dengan potongan kontribusi mitra	352	33%

Sumber: Tenggara Strategic, 2025

Jika melihat profil mitra pengemudi, mayoritas pengemudi dengan berbagai latar belakang pendidikan primer, sekunder, maupun tersier, memilih mitra sebagai status mereka. Status mitra menjadi pilihan 71 persen pengemudi berpendidikan primer atau sekolah dasar, pilihan 64 persen pengemudi dengan pendidikan sekunder atau sekolah menengah, dan pilihan 78 persen pengemudi dengan pendidikan tersier atau sarjana, dan sarjana ke atas.

Dalam aspek usia, status sebagai mitra dipilih oleh 70 persen pengemudi Gen-Z (pada tahun 2026 berusia 14-29 tahun), 65 persen pengemudi Generasi Milenial (30-45 tahun), serta 64 persen pengemudi Generasi X (46-51 tahun), dan Baby Boomers (62 tahun ke atas). Hasil ini mengkonfirmasi bahwa status mitra menjadi pilihan mayoritas pengemudi tanpa dipengaruhi faktor usia.

Pemilihan status mitra tersebut mempunyai beberapa alasan, antara lain fleksibilitas jam kerja, dan potensi pendapatan yang lebih tinggi dari UMR, dimana masing-masing dipilih oleh 59 persen, dan 31 persen pengemudi (lihat Gambar 3.16).

Persentase tertinggi pengemudi yang menyatakan fleksibilitas sebagai alasan berasal dari Bali-Nusa Tenggara, dan Kalimantan, masing-masing sebesar 82 persen, dan 68 persen. Sementara itu, alasan pendapatan lebih tinggi dari UMR dipilih oleh 60 persen pengemudi dari Sulawesi. Terlepas dari alasan di atas, terdapat 5 persen pengemudi yang menjadikan kemitraan sebagai pilihan dikarenakan ketiadaan alternatif pekerjaan lainnya dan 4 persen pengemudi memilih karena adanya jaminan sosial atau asuransi keselamatan.

**Gambar 3.16. Alasan Utama Pengemudi Memilih Status Kemitraan**

Persepsi Hubungan Driver dan Aplikator		Jenis Driver					Wilayah				
Alasan Utama	Total	Gojek	Grab	In Drive	Maxim	Lainnya	Sumatera	Jawa	Kalimantan	Bali-Nusa Tenggara	Sulawesi
Fleksibilitas jam kerja	59%	59%	60%	64%	54%	55%	48%	60%	68%	82%	33%
Pendapatan berpotensi melebihi UMR	31%	32%	31%	31%	35%	20%	43%	28%	25%	13%	60%
Tidak memiliki alternatif pekerjaan lain	5%	5%	5%	3%	5%	25%	1%	8%	1%	2%	1%
Jaminan sosial/asuransi	4%	5%	5%	2%	6%	0%	8%	2%	6%	4%	6%

Sumber: Hasil Survei Peneliti (2025)

Melengkapi gambaran tersebut, persepsi bagaimana pengemudi menilai statusnya saat ini menjadi sangat penting. Survei menunjukkan 79 persen pengemudi memandang status mereka sebagai mitra mandiri dimana fleksibilitas waktu kerja menjadi faktor utama. Fenomena ini relatif sama untuk semua perusa-

haan aplikasi, dimana angka tertinggi dicatatkan oleh Maxim, dan InDrive dengan 87 persen, diikuti Gojek, dan Grab dengan angka 77 persen. Temuan ini menegaskan bahwa fleksibilitas kerja menjadi karakteristik utama yang dirasakan, dan dihargai oleh pengemudi.

**Gambar 3.17. Persepsi Hubungan Kerja Pengemudi dengan Aplikasi**

Persepsi Hubungan Kerja Driver dengan Aplikator	Total	Gojek	Grab	Maxim	Indrive	Lainnya
Sebagai mitra mandiri dengan fleksibilitas waktu kerja	79%	77%	77%	87%	87%	95%
Merasa seperti karyawan karena terikat aturan aplikator	15%	17%	16%	10%	8%	5%
Hubungan kerja dirasakan tidak jelas (antara mitra dan karyawan)	4%	4%	5%	3%	3%	0%
Tidak memahami secara pasti status hubungan kerja dengan aplikator	2%	2%	2%	0%	2%	0%

Sumber: Hasil Survei Peneliti (2025)

Meskipun mayoritas pengemudi memahami, dan menerima posisinya sebagai mitra, terdapat pendapat sebagian pengemudi yang perlu diperhatikan. Sebanyak 15 persen pengemudi merasa diperlakukan seperti karyawan karena terikat aturan perusahaan aplikasi, empat persen merasakan ketidakjelasan status hubungan kerja dan dua persen tidak memahami statusnya. Hal ini menunjukkan bahwa secara umum pengemudi telah memiliki pemahaman mengenai status kemitraan, meskipun berada dalam ekosistem platform yang diatur oleh algoritma dan kebijakan perusahaan aplikasi.

Aspek lain yang juga perlu untuk menjadi perhatian adalah efek negatif upaya menjadikan pengemudi sebagai karyawan. *Pertama*, angka pengangguran berisiko meningkat dikarenakan peralihan status menjadi karyawan tetap membuat perusahaan aplikasi harus memenuhi kewajiban ketenagakerjaan formal seperti gaji, asuransi, uang pensiun dan lain-lain, sehingga mereka tidak akan mampu mengakomodasi seluruh pengemudi aktif saat ini. Kerena itu, pengurangan jumlah pengemudi akan terjadi secara masif. *Kedua*, harga layanan akan meningkat mengingat berkurangnya jumlah pengemudi akan mendorong kenaikan harga layanan. *Ketiga*, efek domino ekonomi

terhadap UMKM, sebab peningkatan harga layanan akan mempengaruhi jumlah pemesanan produk mitra UMKM.

### Zona Abu-Abu Hubungan Kerja

Wacana pengklasifikasian pengemudi ojek *online* sebagai karyawan tetap tidak sejalan dengan preferensi mayoritas pengemudi yang memilih profesi ini karena fleksibilitas jam kerja, baik untuk mengkombinasikan dengan aktivitas ekonomi lain maupun memenuhi tanggung jawab keluarga. Namun, adanya sebagian pengemudi yang merasa diperlakukan seperti karyawan menunjukkan adanya zona abu-abu hubungan kerja, dimana pengemudi terikat aturan, dan sanksi perusahaan aplikasi, tetapi dengan perlindungan hak mitra yang belum memadai.

Isu ini perlu ditangani secara serius dalam perencanaan pembangunan nasional melalui monitoring dan evaluasi kebijakan yang terintegrasi. Dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) 2025–2029, ojek *online* tersirat dalam agenda perlindungan pekerja di era ekonomi digital. Karena itu, dibutuhkan interpretasi regulasi yang lebih jelas dan

operasional agar memberikan manfaat konkret bagi pengemudi, perusahaan aplikasi, dan masyarakat.

Preferensi pengemudi untuk tetap berstatus sebagai mitra, membuka peluang strategis agar mereka “naik kelas” secara ekonomi. Status kemitraan menempatkan pengemudi sebagai pelaku usaha mandiri yang secara substantif serupa dengan UMKM. Jika dikelola dengan baik, aktivitas jasa pengantaran yang mereka jalankan dapat menjadi fondasi kewirausahaan yang berkembang. Ia tidak berhenti pada penyediaan jasa, tetapi bertransformasi menjadi usaha yang lebih besar, seperti ritel atau bisnis turunan lainnya.

Dengan demikian, kategorisasi pengemudi ojek *online* sebagai UMKM tidak hanya berpotensi memperluas peluang peningkatan skala usaha, tetapi juga membuka penciptaan lapangan kerja baru bagi keluarga, dan komunitas sekitarnya. Dalam konteks makro, skema ini dapat menjadi alternatif solusi untuk menekan angka pengangguran di Indonesia.

Namun, transformasi tersebut tidak akan optimal tanpa kepastian payung hukum atas status hubungan kerja kemitraan ini. Salah satu landasan regulasi yang relevan adalah Peraturan Pemerintah No. 7/2021 tentang Kemudahan, Perlindungan, dan Pemberdayaan Koperasi serta UMKM. Melalui kerangka kebijakan ini, pengemudi yang dikategorikan sebagai UMKM berhak memperoleh akses terhadap Kredit Usaha Rakyat (KUR), insentif perpajakan, fasilitas promosi, peluang mengikuti pengadaan pemerintah, dan berbagai program pemberdayaan usaha.

Karena itu, diperlukan kolaborasi strategis antara Kementerian UMKM, dan perusahaan aplikasi untuk membangun ketrampilan (*skill*) dan semangat kewirausahaan di kalangan pengemudi. Pendekatan ini bukan sekadar mempertegas status kemitraan, tetapi juga mengarahkan pengemudi menjadi pelaku usaha yang mandiri, produktif dan berdaya saing.

### Kotak 3.1. Kutipan Pilihan dari FGD

1. *“Saya sebelumnya pernah bekerja kantoran, dengan jam kerja 9-5. Untuk kondisi saya saat ini yang berkeluarga ini menyiksa, untuk itu saya memilih menjadi ojol. Menjadi ojol membuat saya memiliki kebebasan untuk mengatur waktu kerja saya, kalau memang lagi memungkinkan ya saya kerja 8 jam per hari bahkan terkadang lebih, kalau tidak memungkinkan ya tidak sampai, bahkan kadang meliburkan diri. Itulah kenikmatannya.” (Driver A dalam sesi FGD dengan peneliti, 2025)*
2. *“Kalau driver ojol ditetapkan sebagai karyawan tetap, saya, dan teman-teman driver tuli pasti yang menangis, dan demo duluan, Mbak. Kenapa? ya karena pasti kami yang akan duluan terdepak karena keterbatasan kami. Untuk itu saya mewakili teman-teman tuli, menolak kelas perubahan status kerja ini.” (Driver B dalam sesi FGD dengan Peneliti, 2025).*
3. *“Ya untuk pengemudi yang males-malesan narik mungkin enak ya, Mbak jadi karyawan tetap. Namun kalau saya justru keberatan, karena jadi karyawan tetap otomatis pendapatan jadi dibatasi angkanya hanya UMR. Sedangkan saat ini, saya bisa dapat 8 juta per bulan, bahkan kadang bisa lebih saat saya lagi ngoyo nariknya. Jadi perubahan status ini justru membatasi rezeki saya.” (Driver C dalam sesi FGD dengan Peneliti, 2025).*

### 3.5. Kualitas Layanan, Jaminan Keamanan, dan Tingkat Kesejahteraan Pengemudi

#### Regulasi terkait Standar Keamanan dan Layanan Penumpang

Keselamatan ojek *online* diatur dalam Permenhub No. 12/2019, yang mencakup kelayakan, dan legalitas kendaraan, larangan modifikasi ekstrem, serta penggunaan helm berstandar Standar Nasional Indonesia atau SNI. Ketentuan ini menjadi acuan perusahaan aplikasi dalam menetapkan aturan internal, seperti batas usia kendaraan, pelatihan keselamatan pengemudi, atribut reflektif, dan sanksi pelanggaran.

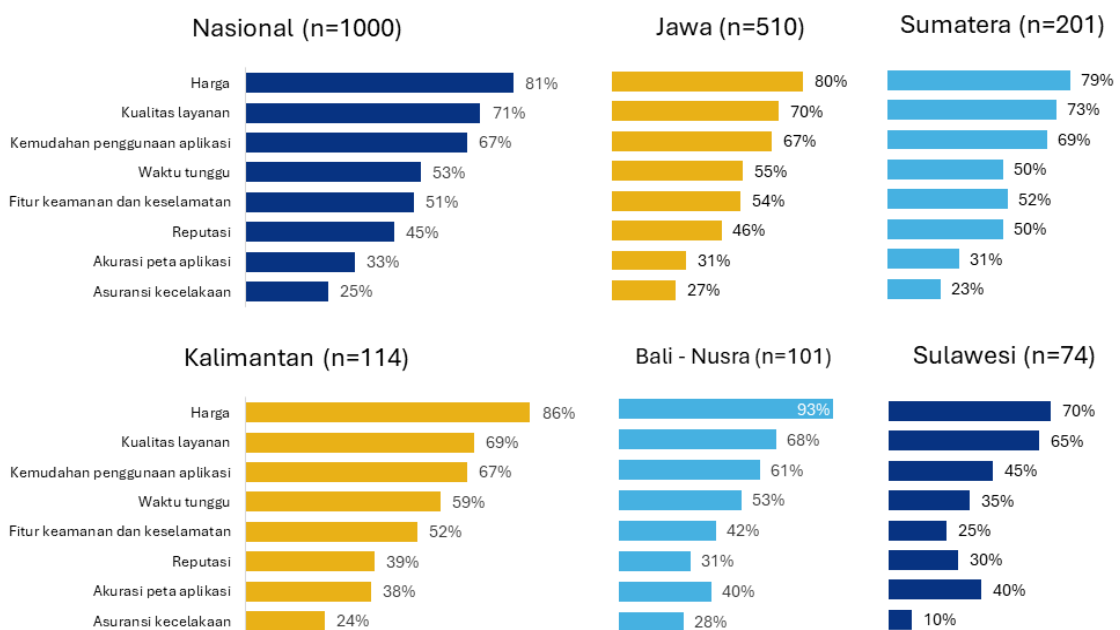
Perusahaan aplikasi juga menyediakan fitur keamanan digital (berbagi lokasi, tombol darurat, perlindungan data) serta asuransi kecelakaan bagi pengemudi, dan penumpang selama perjalanan aktif. Namun, standar fitur, cakupan perlindungan dan mekanisme klaim masih bervariasi antar perusahaan aplikasi, sebagaimana terungkap dalam FGD dengan pengemudi.

#### Standar Layanan Penumpang

Standardisasi layanan penumpang ojek *online* ditetapkan oleh perusahaan aplikasi tanpa keterlibatan langsung regulator. Standar layanan tersebut umumnya mencakup transparansi, dan identitas pengemudi serta perjalanan, etika, dan kenyamanan layanan, serta sistem pengaduan dan penilaian sebagai mekanisme penjaminan mutu. Pelanggaran terhadap standar layanan dikenai sanksi bertahap, mulai dari teguran hingga suspensi akun pengemudi.

Penerapan mekanisme ini didorong oleh kesadaran perusahaan aplikasi akan pentingnya kualitas layanan bagi keberlanjutan industri. Hasil survei (lihat Gambar 3.18) menunjukkan bahwa faktor terpenting penentu pengguna memilih layanan ojek *online* adalah harga (81 persen), kualitas layanan (71 persen), kemudahan penggunaan aplikasi (67 persen), waktu tunggu (53 persen), faktor keamanan, dan keselamatan (51 persen), reputasi perusahaan aplikasi (45 persen), akurasi peta aplikasi (33 persen), serta adanya asuransi kecelakaan (25 persen).

Gambar 3.18. Pertimbangan Saat Memilih Ojek *Online*



Sumber: Hasil Survei Peneliti (2025)



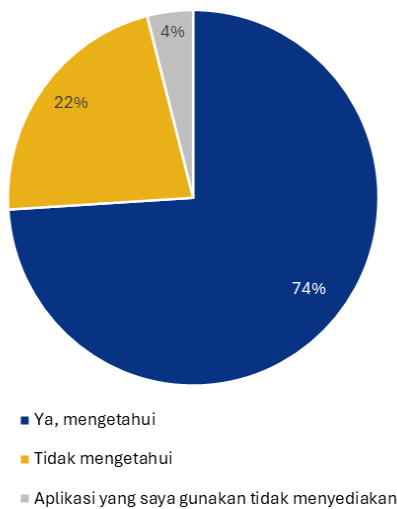
▲ (nursaidr.com)

Temuan ini menunjukkan bahwa selain harga, dan layanan, pengalaman, dan keselamatan menjadi perhatian pengguna ojek *online*. Dalam survei, ketersediaan asuransi bukan merupakan faktor penting, hal ini mencerminkan ekspektasi pengguna bahwa aspek keselamatan sudah menjadi standar layanan yang dijamin oleh perusahaan aplikasi, dan regulasi. Karena itu, perusahaan aplikasi, dan regulator perlu memastikan kualitas layanan, dan keselamatan pengguna sebagai bagian penting dari penyelenggaraan ojek *online*.

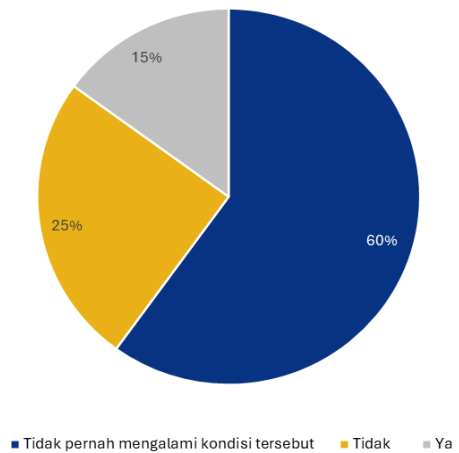
### Jaminan Keamanan Penumpang maupun Pengemudi

Meskipun saat ini belum terdapat regulasi yang secara khusus mengatur jaminan keamanan transportasi ojek *online*, mayoritas perusahaan aplikasi secara sukarela telah menyediakan jaminan tersebut bagi penumpang maupun pengemudi. Bentuknya antara lain fasilitas sistem *tracking* pada aplikasi, penyediaan layanan 24 jam *customer services*, maupun asuransi kecelakaan. Senada dengan itu, mayoritas pengemudi juga paham tentang ketersediaan jaminan keamanan tersebut, seperti terlihat pada sesi FGD maupun survei.

**Gambar 3.19. Awareness Pengemudi Ojek Online Terhadap Layanan Bantuan Darurat Perusahaan Aplikasi**



**Gambar 3.20. Pengalaman Pengemudi Ojek Online atas Layanan Bantuan Darurat Perusahaan Aplikasi**



Sumber: Hasil Survei Peneliti (2025)

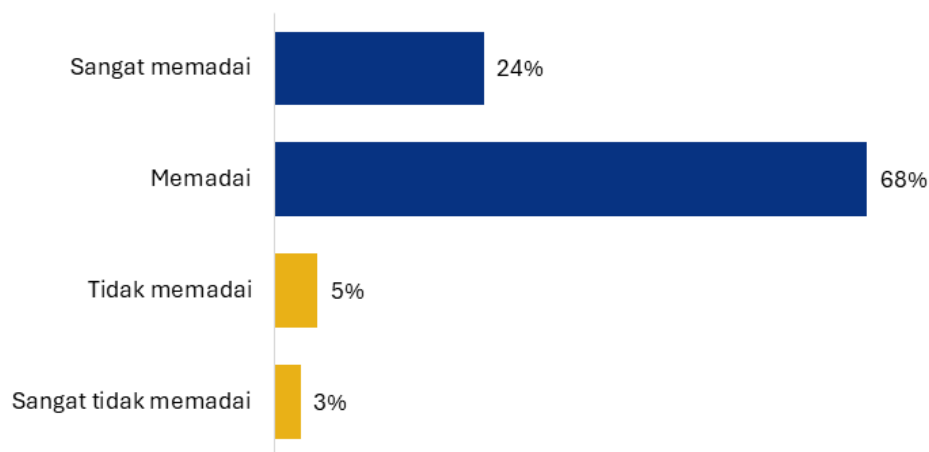
Sejalan dengan itu, hasil survei (lihat Gambar 3.19) juga menunjukkan hal serupa, yakni 74 persen pengemudi ojek *online* mengetahui keberadaan layanan bantuan darurat bagi pengemudi yang disediakan perusahaan aplikasi, sedangkan 22 persen belum mengetahui, dan hanya 4 persen pengemudi yang menyampaikan jika perusahaan aplikasi yang ia gunakan tidak menyediakan layanan tersebut.

Hasil survei juga menunjukkan, 60 persen pengemudi ojek *online* tidak pernah mengalami kondisi darurat dalam tiga bulan terakhir, sehingga tidak pernah menggunakan layanan tersebut (lihat Gambar 3.20). Sekitar 25 persen juga menyatakan tidak menerima bantuan layanan darurat. Hanya 15 persen yang

pernah menggunakan bantuan layanan tersebut dari perusahaan aplikasi. Hasil ini menunjukkan bahwa sebetulnya berkendara dengan ojek *online* roda dua relatif aman.

Survei lebih lanjut kepada 15 persen pengemudi yang mengaku pernah menggunakan bantuan layanan darurat, 92 persen menilai bahwa layanan darurat yang disediakan perusahaan aplikasi telah memadai, dan mampu merespon kebutuhan mereka (lihat Gambar 3.21). Sebanyak 68 persen responden menyatakan bantuan yang diterima “memadai” dan 24 persen menilai “sangat memadai”. Artinya, pengemudi yang pernah mengakses bantuan mengatakan bahwa skema dukungan dari perusahaan aplikasi adalah efektif, dan bermanfaat dalam merespon kebutuhan mereka.

**Gambar 3.21. Penilaian Pengemudi terhadap Kualitas Layanan Bantuan Darurat Perusahaan Aplikasi**



Sumber: Hasil Survei Peneliti (2025)

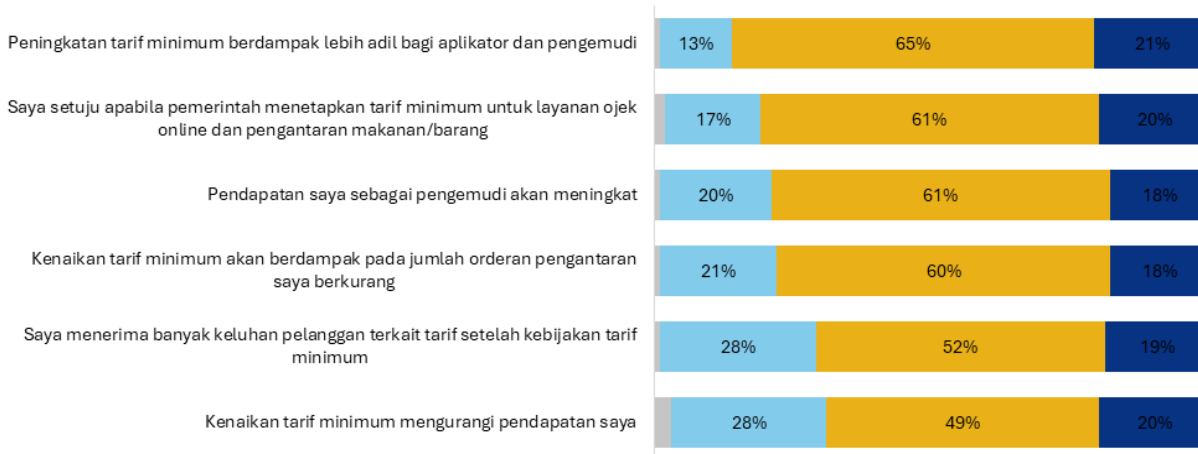
### Ketersediaan Jaminan Sosial dan Tingkat Kesejahteraan Pengemudi

Survei terhadap para pengemudi tentang tarif minimum pada ketetapan baru pemerintah (lihat Gambar 3.22) menunjukkan bahwa mayoritas pengemudi menunjukkan tingkat persetujuan yang tinggi jika terjadi peningkatan tarif minimum. Sebesar 78 hingga 86 persen setuju pada pernyataan terkait

dengan aspek keadilan, dan peran pemerintah dalam menetapkan tarif minimum.

Namun demikian, hal tersebut juga menunjukkan adanya sikap mendua yang rasional dari pengemudi. Meskipun mendukung kebijakan tarif minimum, pengemudi mengantisipasi sejumlah konsekuensi, seperti potensi penurunan jumlah order, meningkatnya keluhan pelanggan, serta ketidakpastian dampak

**Gambar 3.22. Persepsi Pengemudi jika Terjadi Kenaikan Tarif Minimum Ojek *Online***



Sumber: Hasil Survei Peneliti (2025)

terhadap pendapatan. Hal ini terlihat dari tingkat persetujuan yang masih tinggi (69-79 persen) pada pernyataan yang mengindikasikan risiko berkurangnya order, dan pendapatan. Temuan ini menunjukkan bahwa pengemudi bersikap mendukung tetapi berhati-hati, serta menyadari walau peningkatan tarif berpotensi peningkatan kesejahteraan tetapi tidak berbanding lurus.

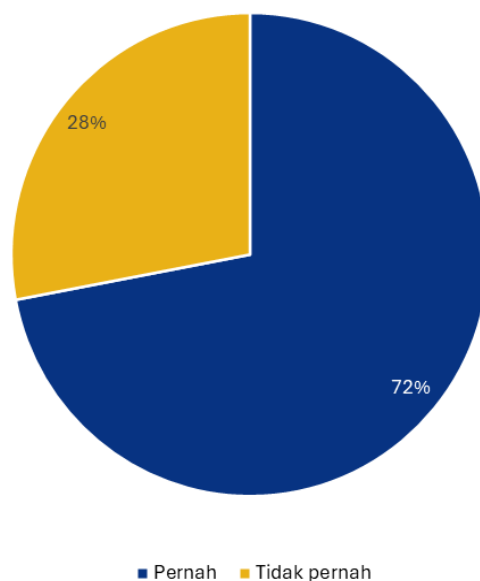
Terkait insentif dan bonus, hasil FGD menunjukkan bahwa perusahaan aplikasi telah memberikan insentif atau bonus kepada para pengemudi yang biasanya diberikan pada momentum tertentu, seperti menjelang Idul Fitri, ataupun saat menjelang penerimaan sekolah, termasuk dalam bentuk beasiswa anak. Sejalan dengan hasil FGD, hasil survei menyatakan bahwa 72 persen dari pengemudi mengaku pernah menerimanya sedangkan 28 persen pengemudi mengatakan belum pernah (lihat Gambar 3.23).

Dari 72 persen responden yang mengaku pernah menerima insentif atau bonus dari perusahaan aplikasi dilakukan survei lanjutan. Hasilnya tingkat kepuasan pengemudi atas besaran maupun pemerataan pembagian insentif atau bonus dari perusahaan aplikasi dinilai sudah cukup baik (lihat Gambar 3.24).

Dengan demikian, peningkatan tarif minimum ikut berperan (lihat juga bagian 3.2), tetapi belum cukup,

untuk meningkatkan kesejahteraan pengemudi. Dampak positif pendekatan ini dapat dioptimalkan melalui sinergi antara perusahaan aplikasi, dan pemerintah, dengan fokus pada pengelolaan risiko penurunan permintaan, perlindungan sosial, dan pendapatan pengemudi, serta peningkatan kualitas layanan secara berkelanjutan.

**Gambar 3.23. Pengalaman Pengemudi dalam Menerima Insentif atau Bonus**

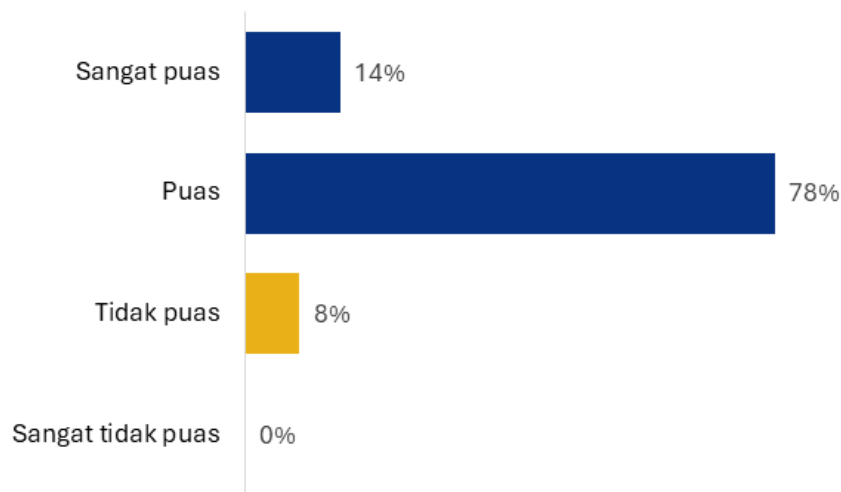


Sumber: Hasil Survei Peneliti (2025)

Kendati hubungan antara pengemudi dan perusahaan aplikasi berbentuk kemitraan, pemerintah selalu dapat mendorong, dan mempengaruhi perusahaan aplikasi. Saat ini sejumlah perusahaan aplikasi telah membuat regulasi internal dengan memberikan jaminan sosial secara sukarela, antara lain subsidi iuran BPJS

Ketenagakerjaan skema pekerja Bukan Penerima Upah (BPU), asuransi kecelakaan tambahan, subsidi servis kendaraan, bantuan hari raya, dan sembako, pelatihan di luar standar layanan, serta program beasiswa bagi pengemudi dan keluarganya.

**Gambar 3.24. Tingkat Kepuasan Pengemudi atas Nilai Insentif atau Bonus yang Diberikan Perusahaan Aplikasi**



Sumber: Hasil Survei Peneliti (2025)

**Kotak 3.2. Kutipan Pilihan dari FGD**

1. *“Iya, aplikasi menyediakan layanan jaminan keamanan. Dalam bentuk customer services 24 jam, sehingga jika ada driver yang kecelakaan bisa lapor kesana dan nanti ada tim yang akan datang membantu. Biaya pengobatan driver maupun penumpang juga ditanggung, tetapi memang sesuai besaran polis asuransinya. Selain itu juga biaya perbaikan motor juga biasanya ada bantuan” (driver x dalam FGD dengan peneliti, 2025)*
2. *“Bantuan diberikan kepada driver pada situasi tertentu, Mbak. Biasanya lebaran seperti THR gitu, atau bantuan sembako, juga ada bantuan beasiswa sekolah anak sampai ada yang dikuliahkan juga. Tetapi pemberiannya belum merata ke semua driver, juga tiap aplikasi besarannya beda-beda. Malah ada yang ga ngasih juga perusahaan aplikasinya, biasanya yang potongan komisinya kecil.” (Driver Y dalam FGD dengan Peneliti, 2025)*







# 04

## Rekomendasi Kebijakan

### 4.1. Berkolaborasi Mewujudkan Ekosistem Industri Berkelanjutan

**Mendorong kolaborasi antar perusahaan aplikasi lewat penguatan asosiasi untuk membangun ekosistem industri yang kondusif, termasuk melalui pengaturan standar bersama. Selain itu, mendorong pembentukan *policy forum* yang berisikan pakar independen, sebagai kanal dialog dengan para pemangku kepentingan, termasuk pengambil kebijakan.**

Penguatan peran, dan kolaborasi antar pelaku industri ojek *online* perlu diperkuat melalui peningkatan peran asosiasi pelaku industri ojek *online* sebagai wadah bagi perusahaan aplikasi untuk membahas, menyelaraskan dan terus menyempurnakan standar industri. Selama ini, berbagai inisiatif perbaikan masih berjalan secara terpisah, dan mewakili korporasi bukan industri, padahal akan jauh lebih efektif jika dilakukan secara kolaboratif, dikoordinasikan oleh asosiasi.

Dalam kerangka tersebut, penting pula mendorong pola persaingan industri yang sehat, tidak semata-mata berbasis kompetisi semata, tetapi juga me-

ngedepankan kolaborasi, jadi bukan semata-mata *competition*, namun memadukan *competition*, dan *collaboration*, atau *coopetition*. Upaya ini penting agar kompetisi tidak berkembang menjadi perang harga atau praktik lain yang justru mengganggu keberlanjutan ekosistem industri.

*Coopetition* sebagai sebuah konsep alternatif menawarkan pola dimana perusahaan aplikasi tetap berkompetisi pada layanan utama (produk, pengalaman pengguna, inovasi), namun berkolaborasi pada area yang menyangkut kepentingan publik, dan keberlanjutan ekosistem (standar keselamatan, transparansi aturan platform, pedoman promosi, dan kerangka perlindungan minimum). *Coopetition* menjadi penting karena perang tarif atau iklan yang ekstrim dapat menimbulkan kerugian finansial dan pada akhirnya berdampak negatif pada pendapatan pengemudi, dan kualitas layanan.

Dengan semangat *coopetition*, para pelaku industri ojek *online* juga perlu bersikap lebih proaktif dalam mendorong perbaikan kebijakan industri. Dimotori oleh asosiasi, langkah ini dapat dilakukan melalui

kajian, survei dan dialog berbasis bukti, serta memperkuat komunikasi lintas pemangku kepentingan, termasuk pemerintah, pengemudi maupun asosiasi pengemudi, para pengguna dan pelaku usaha/UMKM. Peran asosiasi juga sangat penting dalam mewujudkan rekomendasi-rekomendasi dalam laporan ini.

Untuk mendukung proses tersebut, pembentukan forum kebijakan atau *policy forum*, yang melibatkan para pakar independen bidang transportasi, ekonomi digital dan ketenagakerjaan menjadi krusial. Kehadiran pakar di luar ekosistem ojek *online* dapat memastikan bahwa inovasi tetap berjalan, sekaligus memberikan pandangan objektif dalam merumuskan arah kebijakan, dan tata kelola industri yang berkelanjutan.

## 4.2. Definisi yang Jelas

**Mendorong agar pemerintah merumuskan dan menetapkan definisi tentang “ojek *online* roda dua” di dalam UU terkait yang ada, yakni UU LLAJ atau regulasi yang akan datang seperti RUU Sistranas. Hal ini penting untuk memastikan payung hukum yang kuat untuk industri ojek *online*.**

Untuk memperjelas posisi hukum ojek *online* diperlukan definisi yang jelas mengenai “ojek *online* roda dua” sebagai layanan mobilitas publik berbasis aplikasi. Terdapat tiga elemen kunci dalam penataan definisi dan klasifikasi.

- Layanan ojek *online* roda dua perlu secara eksplisit ditetapkan sebagai objek regulasi dalam kerangka jasa transportasi berbasis aplikasi, sehingga pengaturan mencakup prinsip proses digital (algoritma pemesanan, penetapan biaya, mekanisme pengaduan), dan aspek operasional di jalan. Kami merekomendasikan perumusan, dan penetapan definisi terkait di salah satu kerangka (atau rencana kerangka) regulasi terkait berikut yang memiliki relevansi terhadap industri ojek *online* ini yakni Undang-Undang Lalu Lintas Angkutan Jalan (UU LLAJ) atau Rencana Undang-Undang Sistem Transportasi Nasional (RUU Sistranas).

- Roda dua diakui sebagai layanan pendukung transportasi publik (*first and last mile*) dengan standar keselamatan, dan operasional khusus, tanpa harus disamakan dengan angkutan umum konvensional.
- Perusahaan aplikasi tetap dikategorikan sebagai Penyelenggara Sistem Elektronik, namun untuk layanan transportasi diwajibkan memenuhi kewajiban sektor transportasi tertentu, mengingat layanan aplikasi memiliki pengaruh signifikan terhadap manajemen keselamatan, jaminan sosial, dan pendapatan pengemudi.



▲ (econlib.org)

## 4.3. Kewenangan yang Jelas

**Mendorong pemerintah untuk menunjuk satu Kementerian pengampu untuk memperbaiki koordinasi lintas kementerian dan lembaga (K/L). Secara paralel, perlu dibentuk Komite Lintas K/L, yang terdiri dari Kementerian UMKM, Kementerian Komunikasi dan Digital, Kementerian Tenaga Kerja, serta Kementerian Perhubungan, untuk mempermudah koordinasi.**

Agar kerangka regulasi menjadi koheren, dan tidak mematikan inovasi, terdapat tiga prinsip yang perlu dipegang.

- Kepastian “siapa mengatur apa”, dengan pembagian kewenangan yang tegas antara keselamatan transportasi, perlindungan pengemudi, tata kelola digital dan persaingan usaha.
- Prioritas kebijakan diarahkan pada keselamatan, dan perlindungan minimum pengemudi, mengingat isu lapangan yang paling mendasak bukan sekadar besaran komisi, melainkan risiko kerja, dan kesejahteraan pengemudi.
- Perbaikan regulasi perlu dilakukan secara bertahap untuk menghindari perubahan kebijakan yang justru menghambat perbaikan ekosistem, dan perkembangan industri.

Untuk melakukan perbaikan secara komprehensif, dan bertahap tersebut, terdapat dua opsi yang perlu ditempuh secara paralel.

- Pembentukan komite lintas kementerian/ lembaga sebagai forum koordinasi kebijakan selama masa transisi legislasi. Komite ini juga berfungsi sebagai pusat data, harmonisasi kebijakan dan penghubung antara pemerintah, dan industri. Idealnya, anggota komite mewakili Kementerian UMKM, Kementerian Perhubungan, Kementerian Komunikasi, dan Digital dan Kementerian Ketenagakerjaan.
- Penetapan satu kementerian sebagai kementerian pengampu industri ojek *online*, dimana kehadiran komite tetap dipertahankan sebagai bagian dari *support system*. Kementerian yang

berpotensi menjadi kementerian pengampu adalah: Kementerian UMKM, Kementerian Perhubungan, Kementerian Komunikasi, dan Digital, Kementerian Ketenagakerjaan, atau Kementerian Koordinator yang relevan.

### Kotak 4.1. Komite Lintas-kementerian dan Kementerian Pengampu

Penunjukkan satu kementerian pengampu disesuaikan dengan visi jangka panjang pemerintah tentang desain ekosistem, dan peran ekonomi ojek *online*.

- a. Kementerian UMKM: Jika ojek *online* diposisikan sebagai hub, dan motor pertumbuhan UMKM guna mewujudkan ekonomi kerakyatan yang inklusif, dan bertumbuh;
- b. Kementerian Perhubungan: Jika ojek *online* diposisikan sebagai alternatif transportasi umum yang efisiensi, nyaman, aman, dan mendorong efisiensi ekonomi;
- c. Kementerian Komunikasi, dan Digital: Jika ojek *online* diposisikan sebagai motor pengembangan ekonomi digital yang efisien, dan aman; serta
- d. Kementerian Ketenagakerjaan: Jika ojek *online* diposisikan untuk mewujudkan hubungan industrial yang harmonis antara mitra pengemudi, dan perusahaan aplikasi.

Sebagai alternatif, beberapa kementerian koordinator (Kemenko) juga layak untuk dipertimbangkan sebagai kementerian pengampu, menimbang bahwa isu ojek *online* merupakan tugas, dan fungsi beberapa kementerian, dan lintas kementerian. Dari tujuh kementerian yang ada saat ini, alternatif kementerian yang relevan sebagai kementerian pengampu, diantaranya:

- Kemenko Perekonomian: membawahi Kementerian Ketenagakerjaan dan Kementerian Perindustrian, dan Kementerian Investasi (karena beberapa perusahaan aplikasi ojek *online* kepemilikannya berasal dari beberapa pihak, karena ada investasi bersama);

- Kemenko Pemberdayaan Masyarakat: membawahi Kementerian UMKM; atau
- Kemenko Infrastruktur, dan Pembangunan Kewilayahan: membawahi Kementerian Perhubungan.

Sedangkan Kementerian Komunikasi, dan Digital berada dibawah koordinasi Kementerian Koordinator bidang Politik, Hukum, dan Keamanan, tetapi secara tugas, dan fungsi kementerian ini kurang relevan dengan industri ojek *online*.

## 4.4. Penataan Tarif

**Mendorong penetapan kebijakan tarif yang bertumpu pada kemampuan dan kemauan membeli masyarakat berdasarkan masing-masing daerah yang dihitung berbasis data empiris dengan metode yang tepat.**

Studi ini menunjukkan bahwa penetapan tarif batas bawah, dan batas atas tetap memiliki peran sebagai instrumen perlindungan pendapatan pengemudi, dan keterjangkauan layanan bagi pengguna. Namun, efektivitasnya dapat berkurang ketika promosi menjadi mekanisme utama dalam pembentukan harga. Oleh karena itu, kebijakan tarif menjadi bagian dari ekosistem regulasi yang mencakup pengaturan promosi, algoritma platform dan skema insentif, sehingga menciptakan harga keseimbangan pasar yang mencerminkan keseimbangan permintaan, dan penawaran.

Penetapan tarif minimum secara nasional saat ini diberlakukan dengan mempertimbangkan perbedaan wilayah, namun juga perlu memperhatikan karakter daerah. Kebijakan tarif minimum perlu didukung oleh data empiris, dan metode perhitungan yang tepat dengan mempertimbangkan aspek kemampuan, dan kemauan membeli dari konsumen berdasarkan wilayah.

Sejalan dengan itu, pembentukan tarif berdasarkan dinamika pasar ini memberikan ruang bagi pelaku usaha untuk menyesuaikan strategi dalam menciptakan keseimbangan pasar serta mendorong inovasi layanan. Sementara itu, penguatan kerangka regulasi yang mempertimbangkan fleksibilitas. Pemerintah sebagai regulator, dan pemangku kebijakan berperan dalam menjaga prinsip perlindungan, dan jaminan

keselamatan bagi konsumen, dan pengemudi, serta memastikan persaingan usaha yang sehat, dan mendorong inovasi dalam menjaga keberlanjutan ekosistem digital, termasuk industri ojek *online*. Peran asosiasi perusahaan aplikasi juga menjadi strategis dalam mendorong kesepakatan mengenai praktik bisnis inovatif yang sehat, dan mendorong berkelanjutan industri.

### Rekomendasi untuk Pemerintah RI:

- Monitoring implementasi tarif, dan kepatuhan perusahaan aplikasi;
- Evaluasi berkala dampak kebijakan terhadap pendapatan pengemudi, dan permintaan ojek *online*;
- Sinkronisasi kebijakan tarif dengan kesejahteraan pengemudi ojek *online*, seperti akses jaminan sosial, perlindungan kecelakaan kerja dan jam kerja.

### Rekomendasi untuk para perusahaan aplikasi:

- Optimalisasi algoritma distribusi order agar pengemudi tetap memperoleh volume kerja yang memadai meskipun terjadi penyesuaian tarif minimum;
- Transparansi nilai tarif, promo, dan insentif sehingga pengemudi memahami bagaimana peningkatan tarif berdampak pada pendapatan mereka;
- Peningkatan kualitas layanan, dan pengalaman pelanggan, untuk meminimalkan keluhan, dan menjaga stabilitas permintaan meskipun terjadi peningkatan tarif.

## 4.5. Pengaturan Komisi

**Mendorong penetapan komisi yang mempertimbangkan keberlanjutan ekosistem ojek *online*, termasuk keberlanjutan industri, ketersediaan, dan kualitas layanan, kesejahteraan pengemudi, serta kemampuan membayar konsumen.**

Secara prinsip rekomendasi terkait penetapan potongan komisi ojek *online*, dipisahkan menjadi dua peruntukan yaitu kepada pemerintah selaku regulator dan kepada perusahaan aplikasi, sebagai berikut:

### Rekomendasi untuk Pemerintah RI:

- Penetapan angka komisi berbasis prinsip. Pemerintah sebaiknya tidak menetapkan satu angka komisi baku yang kaku, melainkan merumuskan batas prinsipil yang menjamin (1) kewajaran proporsi komisi terhadap nilai layanan yang diterima pengemudi dan (2) keterkaitan komisi dengan penguatan ekosistem ojek *online* termasuk dalam aspek keselamatan, stabilitas permintaan, dan keberlanjutan industri.
- Memisahkan secara tegas isu komisi dari isu promosi, dan tarif konsumen. Regulasi komisi sebaiknya tidak dicampuradukkan dengan pengaturan promosi harga. Komisi perlu diposisikan sebagai instrumen pengelolaan ekosistem tenaga kerja digital (*gig worker*), sementara promosi sebagai instrumen persaingan pasar yang memerlukan pendekatan kebijakan tersendiri.
- Mendorong mekanisme evaluasi berbasis dampak, bukan tekanan sosial sesaat. Pemerintah perlu membangun mekanisme evaluasi berkala berbasis data (pendapatan bersih pengemudi, stabilitas order dan keberlanjutan platform), bukan semata merespons demonstrasi atau opini publik. Hal ini penting agar kebijakan terkait komisi memiliki kepastian, dan horizon jangka menengah-panjang.
- Menjaga fleksibilitas komisi demi daya saing regional. Indonesia adalah satu-satunya negara di Asia Tenggara yang meregulasi komisi.

Regulasi yang terlalu kaku berisiko melemahkan ketahanan industri, dan mendorong pengurangan insentif non-upah yang justru dihargai oleh para pengemudi. Dalam konteks ini perusahaan aplikasi perlu diberi keleluasaan menentukan nilai komisi dengan batas maksimal 20 persen.



▲ (remuner.com)

### Rekomendasi untuk para perusahaan aplikasi:

- Menempatkan nilai komisi sebagai investasi pengembangan ekosistem, bukan biaya semata. Mengingat pengemudi lebih memilih aplikasi dengan komisi lebih besar tetapi menjanjikan orderan yang stabil, perusahaan aplikasi perlu mengedukasi pengemudi bahwa komisi berhubungan dengan jumlah order, dan kualitas layanan.
- Menghindari ketergantungan pada promosi agresif, dan mengalihkan fokus ke kualitas *demand*. Perang promosi akan menekan pendapatan pengemudi, dan kesehatan keuangan perusahaan aplikasi. Karenanya, perusahaan aplikasi perlu menggeser strategi dari subsidi harga menuju peningkatan *matching efficiency*, pengurangan waktu tunggu penumpang/pengemudi dan optimalisasi algoritma distribusi order.

- Menyetarakan kualitas layanan lintas skema komisi. Melalui asosiasi, perusahaan aplikasi perlu memastikan bahwa perbedaan komisi tidak menciptakan ketimpangan yang lebar dalam hal akses order, dan insentif, karena hal ini berpotensi mendorong perpindahan lintas perusahaan aplikasi yang berujung pada ketidakstabilan pasokan pengemudi.
- Menjadikan keselamatan, dan asuransi sebagai diferensiasi utama. Melalui asosiasi, perusahaan aplikasi secara eksplisit perlu memasukkan pembiayaan perlindungan pengemudi sebagai bagian dari komisi. Ini akan memperkuat legitimasi komisi sekaligus mengurangi tuntutan formalisasi hubungan kerja pengemudi.
- Memperbaiki dan melakukan standarisasi penulisan struk bukti pembayaran, sebagai wujud transparansi bagi pengguna, dan pelanggan. Perusahaan aplikasi perlu menyepakati standar struk yang secara jelas menunjukkan: pendapatan pengemudi, nilai komisi, dan nilai layanan tambahan lainnya. Kejelasan ini penting untuk membangun kepercayaan (*trust*) lintas pengampu kepentingan.

## 4.6. Status Kemitraan dan Perbaikan Kesejahteraan

**Mempertahankan model kemitraan diiringi upaya serius memperbaiki kesejahteraan pengemudi, termasuk melalui perlindungan minimum berupa jaminan sosial/asuransi.**

Berdasarkan survei pengemudi, dan FGD lintas perusahaan aplikasi, mayoritas pengemudi memilih mempertahankan status kemitraan daripada menjadi karyawan tetap. Pertimbangan mereka adalah: fleksibilitas kerja, kedaulatan ekonomi dan kemampuan beradaptasi di tengah keterbatasan lapangan kerja formal.

Otonomi pengelolaan waktu mempunyai nilai ekonomi, dan psikologis yang penting. Ia memungkinkan pengemudi menyesuaikan jam kerja dengan situasi individu, mengombinasikan dengan pekerjaan lain, dan memenuhi tanggung jawab domestik. Fleksibilitas ini juga memungkinkan ojek *online* menjadi penopang ekonomi rumah tangga, dan kesempatan berkarya bagi kelompok dengan keterbatasan waktu, seperti wanita yang juga ibu rumah tangga, orang tua tunggal, atau perawat anggota keluarga.

Potensi penghasilan pengemudi dapat melampaui UMR, sehingga status karyawan tetap justru membatasi penghasilan. Model kemitraan juga memung-

kinkan strategi *multi-platform* untuk mengoptimalkan pesanan, dan mengurangi risiko yang tidak dimungkinkan dalam hubungan kerja formal. Selain itu, ekosistem ojek *online* menjadi inklusif karena membuka peluang ekonomi bagi kelompok wanita, kelompok usia lanjut, dan para penyandang disabilitas yang seringkali terpinggirkan di pasar kerja formal.

Formalisasi status berisiko mendorong pengurangan jumlah pengemudi oleh perusahaan aplikasi akibat meningkatnya beban ketenagakerjaan. Hal ini dapat menghilangkan mata pencaharian jutaan pengemudi, termasuk bagi mereka yang sulit memenuhi standar pekerja formal. Kalau pun sebagian pengemudi layak menjadi karyawan tetap, mereka menghadapi risiko penurunan penghasilan.

Oleh karena itu, mempertentangkan status mitra dan karyawan tetap kurang sesuai dengan realitas di lapangan, sehingga penelitian menekankan pentingnya:

- Mempertahankan status pengemudi ojek *online* sebagai mitra; dan
- Meningkatkan jaminan perlindungan minimum, termasuk jaminan sosial, asuransi kerja, dan standar tarif.

Kedua penekanan tersebut telah mempertimbangkan bahwa mayoritas pengemudi ojek *online* memilih skema kemitraan. Wacana penetapan pengemudi sebagai karyawan tetap sangat berisiko, ia akan menghilangkan daya tarik ojek *online* bagi pengemudi berupa keseimbangan antara fleksibilitas kerja, dan kesejahteraan.

Terkait standar jaminan perlindungan minimum, asosiasi perusahaan aplikasi (setelah sukses dibentuk) mempunyai peran strategis untuk mendorong kesepakan standar industri diantara perusahaan aplikasi, mengkonsultasikan standar tersebut dengan regulator, dan memonitor implementasinya secara tuntas.

## 4.7. Perbaikan Standar Keselamatan, dan Pengawasannya

**Mewajibkan perusahaan aplikasi untuk memperkuat standar keselamatan, termasuk dalam hal rekrutmen/pelatihan, fitur keselamatan, asuransi dan evaluasi layanan. Secara paralel pemerintah menetapkan, dan mengawasi standar minimum keselamatan yang idealnya diatur dalam sebuah Permenhub.**

Perusahaan aplikasi pada dasarnya telah menyediakan berbagai fitur keamanan, dan mekanisme aduan untuk menjamin kualitas layanan, dan keselamatan penumpang. Namun, belum adanya regulasi pemerintah yang mengatur standar keamanan, dan layanan menyebabkan tidak adanya standarisasi antar perusahaan aplikasi, sehingga perlindungan selama ini hanya bergantung pada kebijakan masing-masing perusahaan aplikasi, dan terjadi gap yang lebar antar perusahaan aplikasi.

### Rekomendasi untuk para perusahaan aplikasi:

- Menetapkan standar rekrutmen, dan pelatihan pengemudi;
- Menyediakan fitur keselamatan dalam aplikasi;
- Menyediakan asuransi kecelakaan bagi penumpang, dan pengemudi dengan proses klaim yang sederhana;
- Melakukan evaluasi, dan pengawasan kualitas layanan secara berkelanjutan; dan

- Memberikan usulan kongkrit kepada pemerintah, terkait standard minimum keselamatan layanan.

### Rekomendasi bagi Pemerintah RI:

- Dengan mempertimbangkan usulan dari asosiasi, menetapkan standar minimum keselamatan layanan;
- Mengawasi kepatuhan perusahaan aplikasi terhadap regulasi keselamatan;
- Memastikan adanya perlindungan hukum, dan jaminan risiko bagi pengguna maupun pengemudi; dan
- Menyeimbangkan kepentingan industri, dan keselamatan publik.



▲ (pikiran-rakyat.com)

Asosiasi perusahaan aplikasi mempunyai peran penting sebagai motor dalam mewujudkan standar keselamatan industri yang akan menjadi masukan penting bagi pemerintah. Idealnya standar tersebut kemudian diatur dalam Permenhub, berbentuk regulasi standar kualitas layanan, dan keamanan yang wajib dipenuhi oleh para pengemudi ojek *online*.

Dalam konteks ini, Permenhub tidak akan dapat dikeluarkan, apabila ojek *online* belum ditetapkan secara resmi sebagai bentuk moda transportasi publik (lihat Rekomendasi 4.2). Sambil menunggu regulasi dikeluarkan, asosiasi perlu diperankan untuk memonitor, dan mengawasi implementasi standar keselamatan dalam masa transisi tersebut.



▲ Pelatihan Keselamatan Berkendara untuk Driver (oto.detik.com)

Rekomendasi	Deskripsi
<b>Berkolaborasi Mewujudkan Ekosistem Industri Berkelanjutan</b>	Mendorong kolaborasi antar perusahaan aplikasi lewat penguatan asosiasi untuk membangun ekosistem industri yang kondusif, termasuk melalui pengaturan standar bersama. Selain itu, mendorong pembentukan policy forum yang berisi pakar independen, sebagai kanal dialog dengan para pemangku kepentingan, termasuk pengambil kebijakan.
<b>Definisi yang Jelas</b>	Mendorong agar pemerintah merumuskan dan menetapkan definisi tentang “ojek <i>online</i> roda dua” di dalam UU terkait yang ada, yakni UU LLAJ atau regulasi yang akan datang seperti RUU Sistranas. Hal ini penting untuk memastikan payung hukum yang kuat untuk industri ojek <i>online</i> .
<b>Kewenangan yang Jelas</b>	Mendorong pemerintah untuk menunjuk satu Kementerian pengampu untuk memperbaiki koordinasi lintas kementerian dan lembaga (K/L). Secara paralel, perlu dibentuk Komite Lintas K/L yang terdiri dari Kementerian UMKM, Kementerian Komunikasi dan Digital, Kementerian Tenaga Kerja, serta Kementerian Perhubungan, untuk mempermudah koordinasi.
<b>Penataan Tarif</b>	Mendorong penetapan kebijakan tarif yang bertumpu pada kemampuan dan kemauan membeli masyarakat berdasarkan masing-masing daerah yang dihitung berbasis data empiris dengan metode yang tepat.
<b>Pengaturan Komisi</b>	Mendorong penetapan komisi yang mempertimbangkan keberlanjutan ekosistem ojek <i>online</i> , termasuk keberlanjutan industri, ketersediaan, dan kualitas layanan, kesejahteraan pengemudi, serta kemampuan membayar konsumen.
<b>Status Kemitraan, dan Perbaikan Kesejahteraan</b>	Mempertahankan model kemitraan diiringi upaya serius memperbaiki kesejahteraan pengemudi, termasuk melalui perlindungan minimum berupa jaminan sosial/asuransi.
<b>Perbaikan Standar Keselamatan, dan Pengawasannya</b>	Mewajibkan perusahaan aplikasi untuk memperkuat standar keselamatan, termasuk dalam hal rekrutmen/pelatihan, fitur keselamatan, asuransi dan evaluasi layanan. Secara paralel pemerintah menetapkan, dan mengawasi standar minimum keselamatan yang idealnya diatur dalam Permenhub.



gojek

maxim

gojek

maxim



Grab

Grab

Shopee  
Food

Shopee  
Food



# 05

## Penutup

---

Berdasarkan keseluruhan analisis empiris, regulatif, serta dinamika ekonomi politik dalam laporan ini, dapat ditegaskan bahwa ojek *online* telah berkembang melampaui inovasi teknologi digital yang strategis. Ojek *online* menopang mobilitas harian masyarakat, menjaga konsumsi rumah tangga, memperluas aktivitas UMKM, serta berfungsi sebagai penyangga pasar kerja di tengah pelemahan daya beli, dominasi sektor informal dan terbatasnya penciptaan lapangan kerja formal. Dengan demikian, ojek *online* terbukti menjadi katup pengaman sosial-ekonomi yang nyata bagi jutaan masyarakat menengah, dan menengah-bawah.

Temuan PPPI dan INDEF, yang didukung survei nasional dan FGD, menunjukkan bahwa kontribusi terbesar sektor ini terletak pada efek pengganda yang luas. Peran ojek *online* sebagai *demand enabler*, dan *cost reducer* meningkatkan efisiensi logistik, memperluas akses pasar bagi UMKM, meningkatkan konsumsi rumah tangga, serta memperkuat daya saing

ekonomi perkotaan. Dampak tidak langsung ini jauh melampaui dampak langsung layanan pengantaran semata. Sehingga menempatkan ojek *online* sebagai simpul penting ekonomi domestik, dan transformasi ekonomi digital Indonesia.

Namun, laporan ini juga menegaskan bahwa besarnya kontribusi ojek *online* belum sepenuhnya diiringi oleh ekosistem yang berkelanjutan, dan berkeadilan. Isu kesejahteraan pengemudi masih sering menjadi perhatian besar, selain kenaikan biaya operasional, serta aspek perlindungan sosial. Di sisi industri, dinamika persaingan tarif, dan promosi, pengaturan komisi, serta status kemitraan, yang turut dipengaruhi oleh fragmentasi kewenangan regulasi, menciptakan ketidakpastian kebijakan yang berisiko melemahkan usaha, investasi, dan inovasi jangka panjang.

Karena itu, laporan ini menegaskan bahwa tantangan ojek *online* bersifat ekosistemik, bukan sekadar konflik antar aktor, sehingga membutuhkan pendekatan kolaboratif. Pemerintah diharapkan berperan

sebagai orkestrator dan fasilitator ekosistem yang mampu menjaga keseimbangan antara perlindungan sosial, inovasi teknologi, keterjangkauan layanan bagi konsumen, serta keberlanjutan industri. Ke depan, regulasi terkait perlu bergerak menuju kerangka yang terintegrasi, adaptif, dan berbasis bukti, yang selaras dengan karakteristik ekonomi *gig* tanpa menghilangkan fleksibilitas kerja.

Laporan ini juga menekankan pentingnya penguatan tata kelola industri melalui kolaborasi antar perusahaan aplikasi. Asosiasi industri perlu diperkuat sebagai forum bersama untuk menyusun dan memperbaiki standar industri, sekaligus mendorong pergeseran dari perang harga menuju semangat *coopetition* yang berkelanjutan. Industri juga didorong lebih proaktif berkontribusi dalam perbaikan kebijakan lewat riset,

survei dan dialog kebijakan yang berkelanjutan dan komunikasi lintas aktor kepentingan guna meredam kesenjangan persepsi dan kepentingan.

Sebagai penutup, laporan ini merekomendasikan pembentukan sebuah *policy forum* independen yang melibatkan para pakar lintas disiplin (seperti ekonomi, ketenagakerjaan, transportasi, hukum, dan teknologi), untuk memastikan inovasi dan pengembangan ojek *online* tetap sejalan dengan kepentingan publik. Melalui sinergi pemerintah, industri, pengemudi, akademi, dan masyarakat, sektor ojek *online* berpeluang besar ditransformasikan dari penopang ekonomi jangka pendek menjadi fondasi pertumbuhan ekonomi digital Indonesia yang lebih mensejahterakan, berkelanjutan dan berkeadilan di masa depan.



▲ (rri.co.id)

## Referensi

- Botero, R., Cavallo, D., Khan, A. U., Thiele, R., & Wiebelt, M. (2010). Escaping the informal-employment trap in developing countries. Session Handouts, Global Economic Symposium 2010 (GES). <https://www.econstor.eu/bitstream/10419/79137/1/729543412.pdf>
- Castillo, J. C. (2024). *Who benefits from surge pricing?* Manuscript in preparation.
- Castillo, J. C., Weyl, E. G., Bresnahan, T., Einav, L., Gentzkow, M., Johari, R., Levin, J., & Skrzypacz, A. (2016). *Surge pricing solves the wild goose chase*. <https://sites.google.com/site/juancamcastillo/>
- Christensen, P., & Osman, A. (2023). *The demand for mobility: Evidence from an experiment with Uber riders*. Unpublished manuscript.
- Koutsimpogiorgos, N., van Slageren, J., Herrmann, A. M., & Frenken, K. (2020). Conceptualizing the Gig Economy and Its Regulatory Problems. *Policy and Internet*, 12(4), 525–545. <https://doi.org/10.1002/poi3.237>
- Li, J., Zhang, G., & Ni, D. (2025). Drivers' welfare and pollutant emission induced by ride-hailing platforms' pricing strategies. *Sustainability*, 17(9), Article 3896. <https://doi.org/10.3390/su17093896>
- Permana, M. Y., Izzati, N. R., & Askar, M. W. (2022). Measuring The Gig Economy in Indonesia: Typology, Characteristics, and Distribution. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 21(3), 339–358. <https://doi.org/dx.doi.org/10.12695/jmt.2022.21.3.7>
- Statista. (2025). Ride-hailing - Worldwide. Statista.Com. <https://www.statista.com/outlook/mmo/shared-mobility/ride-hailing/worldwide>
- Wardhana, V. H. K., Herlina, M. G., Bangsawan, S., & Tuori, M. A. T. (2020). Regulatory Developments in the Gig Economy: A Literature Review. *The Winners*, 21(2), 141–153. <https://doi.org/10.21512/tw.v21i2.6758>
- Yan, C., Zhu, H., Korolko, N., & Woodard, D. (2020). Dynamic pricing and matching in ride-hailing platforms. *Naval Research Logistics*, 67(8), 705–724. <https://doi.org/10.1002/nav.21872>
- Zhong, Y., Yang, T., Cao, B., & Cheng, T. C. E. (2022). On-demand ride-hailing platforms in competition with the taxi industry: Pricing strategies and government supervision. *International Journal of Production Economics*, 243, Article 108301. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2021.108301>



## Biodata Singkat Tim Peneliti

---



### **Wijayanto Samirin, MPP – Advisor**

Ekonom dan dosen Univ Paramadina, Ketua Yayasan Wakaf Paramadina, dan Staff Khusus Bidang Ekonomi Wakil Presiden (2014-2019). Profesional di bidang investment banking, hedge fund dan private equity (1996-2005). Fullbright scholar, alumni Georgetown University.



### **Eko Listiyanto, MSE – Advisor**

Ekonom dan kandidat doktor di Sekolah Pascasarjana Pembangunan Berkelanjutan Universitas Indonesia. Ia menjabat Direktur Pengembangan Big Data di INDEF serta peneliti di pusat studi makroekonomi dan keuangan.



### **Ahmad Khoirul Umam, PhD – Project Leader**

Managing Director PPPI dan Direktur PGSD Paramadina, serta anggota Dewan Transparency International Indonesia (TII). Ia meneliti isu antikorupsi dan reformasi kebijakan, dan meraih PhD Ilmu Politik dari University of Queensland.



### **Eisha Maghfiruha Rachbini, PhD – Vice Project Leader**

Direktur Program INDEF serta dosen dan Sekretaris Program Studi Magister Ilmu Ekonomi di IPB. Ia meraih PhD dari Waseda University. Fokus risetnya pada kebijakan ekonomi internasional dan pembangunan, serta transformasi ekonomi digital.



### **Alia Rahmatulummah, MSos - Administration**

*Administration & Resource Mobilization Manager* di PPPI, dengan pengalaman riset di Center Media & Demokrasi LP3ES. Fokus risetnya pada ekonomi politik, khususnya dinamika kebijakan, relasi negara-pasar, dan tata kelola.



### **Dr. M. Rizal Taufikurahman – Researcher**

*Head of Center of Macroeconomics and Finance*, ekonom, dan analis kebijakan di INDEF serta dosen tetap Universitas Trilogi. Fokusnya pada kebijakan makro-mikro dan fiskal-moneter, termasuk iklim investasi, koordinasi kebijakan, dan transformasi struktural Indonesia.



**Muhamad Rosyid Jazuli, PhD – Researcher**

Peneliti senior bidang kebijakan di PPPI. Ia meraih PhD dari University College London dengan fokus reformasi subsidi energi dan transisi energi. Ia aktif meneliti ekonomi politik kebijakan publik di Asia dan Asia Tenggara.



**Muhammad Fajar Anandi, MGPP – Researcher**

Dosen Hubungan Internasional Universitas Paramadina dan peneliti PPPI. Lulusan University of Queensland, ia pernah menjadi konsultan Bappenas dan analis kebijakan Tim Gubernur DKI Jakarta, serta aktif menulis tentang tata kelola perkotaan dan kolaborasi regional.



**Annisa Rizkiayu Leofianti, MPsi, Psikolog – Researcher**

Psikolog industri dan organisasi serta dosen Universitas Paramadina. Ia berpengalaman di sektor swasta dan publik, termasuk sebagai tenaga ahli Kantor Staf Presiden (2016-2024), dengan fokus pada perilaku organisasi dan kebijakan ketenagakerjaan.



**Fadhila Maulida, MSE – Researcher**

Peneliti Pusat Ekonomi Digital dan UMKM INDEF dengan pengalaman 10+ tahun di bidang ekonomi digital, dan pemberdayaan UMKM, serta fokus pada rekomendasi kebijakan ekonomi berkelanjutan. Ia meraih Magister Ekonomi dari Universitas Indonesia.



**Maisie Sagita Gunawan, ST – Researcher**

Peneliti Big Data di INDEF yang menyusun *insight* dan rekomendasi kebijakan berbasis data, khususnya melalui pemetaan isu strategis, opini publik, dan dinamika sosial dari analisis media sosial serta sumber data digital.



**Fathie Hamadi, SSos – Researcher**

Lulusan Hubungan Internasional Universitas Paramadina dengan pengalaman sebagai Political Assistant di US Embassy Jakarta. Ia aktif sebagai juri dan coach Model United Nations, dengan fokus isu politik-keamanan, reformasi sektor keamanan, dan teknologi.













paramadina  
public policy  
institute

***INDEF*** / *Institute for Development  
of Economics and Finance*