



Rekomendasi Kebijakan

Integrasi *ride-hailing* dalam ekosistem angkutan umum

Mei 2025

Didukung oleh



CENTRE FOR
STRATEGIC AND
INTERNATIONAL
STUDIES

TheJakartaPost



UNIVERSITAS
PRASETIYA MULYA

Daftar Isi

1. Ringkasan eksekutif	3
2. Pengantar	6
3. Kontribusi layanan <i>ride-hailing</i> terhadap perekonomian nasional dan sektor transportasi umum.....	7
3.1. Kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB)	7
3.2. Kontribusi terhadap penerimaan negara melalui pajak.....	9
3.3. Kontribusi terhadap peningkatan kesempatan kerja dan penurunan kemiskinan.....	11
3.4. Keandalan <i>ride-hailing</i> sebagai moda transportasi umum jarak dekat	12
3.5. Peningkatan daya saing ekonomi digital Indonesia di ASEAN	14
4. Integrasi <i>ride-hailing</i> ke dalam ekosistem transportasi angkutan umum	15
4.1. Keunggulan transportasi online	16
4.2. Tantangan	18
5. Risiko regulasi berlebihan	20
5.1. Hambatan atas inovasi.....	20
5.2. Kerentanan konsumen terhadap kenaikan harga	21
5.3. Berkurangnya pemasukan mitra.....	21
5.4. Peningkatan penggunaan transportasi pribadi.....	22
6. Kesimpulan dan rekomendasi	23
6.1. Kesimpulan	23
6.2. Rekomendasi	24

Daftar gambar

Gambar 1. <i>Gross merchandise value</i> (GMV) layanan transportasi online di Indonesia (dalam US\$ miliar)	8
Gambar 2. Kontribusi <i>ride-hailing</i> di Indonesia terhadap PDB 2019-2024 (dalam US\$ miliar)	8
Gambar 3. Kontribusi sektor <i>ride-hailing</i> terhadap penerimaan pajak PPN (dalam Rp triliun).....	10
Gambar 4. Pertumbuhan pengguna layanan <i>ride-hailing</i> di Indonesia (dalam juta)	12
Gambar 5. Pendapatan rata-rata per pengguna (ARPU) <i>ride-hailing</i> di Indonesia, 2019-2024 (dalam Rp)	13
Gambar 6. Survei layanan transportasi yang sering digunakan di Indonesia (Maret 2024).....	13
Gambar 7. Nilai pasar layanan <i>ride-hailing</i> di Asia Tenggara 2024 (dalam US\$ miliar).....	15

1. Ringkasan eksekutif

Revisi UU LLAJ yang saat ini masuk dalam Prolegnas Prioritas 2025 menjadi momentum strategis untuk memberikan dasar hukum yang memadai bagi *ride-hailing*; mendorong integrasi *ride-hailing* dengan ekosistem angkutan umum; memberikan perlindungan hukum bagi pengguna, mitra pengemudi, dan pelaku usaha; dan memperkuat landasan hukum dalam rangka memaksimalkan potensi sektor ini sebagai kontributor ekonomi nasional. Namun demikian, pengaturan tersebut tetap harus memperhatikan aspek proporsionalitas agar perkembangan dan kontribusi positif *ride-hailing* tetap terjaga.

Kontribusi ekonomi *ride-hailing*

- Dalam lima tahun terakhir, GMV sektor *ride-hailing* menunjukkan tren pertumbuhan stabil, meningkat dari US\$6 miliar atau Rp 93 triliun (kurs Rp 15,500/US\$1) pada 2019 menjadi US\$7 miliar pada 2023, dan mencapai US\$9 miliar pada 2024. Angka tersebut merepresentasikan hampir 50 persen pertumbuhan dalam enam tahun, menunjukkan tingginya permintaan dan volume transaksi dalam sektor ini.
- Estimasi pendapatan tahunan dari industri *ride-hailing* di Indonesia juga menunjukkan tren positif, dari US\$2,6 miliar (Rp 36,78 triliun) pada 2019 menjadi US\$3,51 miliar pada 2024, atau 0,25 persen terhadap PDB Indonesia tahun 2024. Lebih spesifik, ekosistem GoTo sebagai salah satu pelaku utama industri ini diperkirakan memberikan kontribusi nilai tambah sebesar Rp 428 triliun pada tahun 2022, setara dengan 2,2 persen dari total PDB Indonesia pada tahun tersebut. Kontribusi ini berasal dari aktivitas yang dijalankan oleh perusahaan, para mitra pengemudi, dan pelaku UMKM dalam ekosistem GoTo yang memperlihatkan kekuatan sektor *ride-hailing* sebagai penggerak aktivitas ekonomi mikro dan rumah tangga di Indonesia.
- Ekosistem GoTo, yang mengintegrasikan layanan transportasi, pembayaran digital, dan e-commerce, telah menjadi pilar penting dalam upaya pemulihan ekonomi nasional pasca-pandemi. Padahal, tahun 2022 merupakan periode ketika perekonomian global masih dibayangi ketidakpastian akibat berbagai faktor eksternal, seperti konflik geopolitik, dampak perang dagang global, dan kenaikan suku bunga tinggi untuk menahan inflasi. Terlepas dari ketidakpastian tersebut, kontribusi GoTo terhadap pertumbuhan ekonomi nasional tetap solid, mencerminkan ketangguhan sektor ekonomi digital dan peran sentral *ride-hailing* di dalamnya.
- *Ride-hailing* juga berkontribusi signifikan dalam memfasilitasi peningkatan penerimaan negara melalui Pajak Penghasilan (PPh) Badan dan pajak lainnya. Berdasarkan Laporan Keuangan GoTo tahun 2023, Gojek tercatat telah membayar PPh Badan di muka sebesar Rp 23,85 miliar, meningkat hampir 200 persen dibandingkan tahun sebelumnya yang mencapai Rp 7,75 miliar. Selain itu, Gojek juga tercatat membayar pajak lainnya di muka sebesar Rp 890,45 miliar pada 2023, naik 21 persen dari tahun 2022 yang mencapai Rp 734 miliar. Data ini mempertegas kontribusi sektor *ride-hailing*, khususnya melalui GoTo Group, dalam menopang sistem perpajakan nasional seiring dengan pertumbuhan ekosistem ekonomi digital di Indonesia.

- Dalam aspek sosial-ekonomi, aktivitas bisnis GoTo Group melalui kemitraan dengan UMKM telah menambah kesempatan kerja bagi hingga 1,7 juta orang dalam angkatan kerja Indonesia, atau setara 1,2 persen dari total penduduk usia produktif tahun 2022. Peningkatan kesempatan kerja ini terjadi di luar belasan juta mitra pengemudi dan UMKM yang telah berada dalam ekosistem GoTo, mencerminkan kemampuan sektor ini dalam memperluas basis ekonomi produktif di Indonesia.
- Kehadiran GoTo Group juga berkontribusi pada penurunan ketimpangan pendapatan di tingkat lokal. Studi menunjukkan bahwa kehadiran platform Gojek mampu menurunkan koefisien Gini sebesar 4,43 persen rata-rata di kabupaten/kota tempat layanan ini beroperasi, memperlihatkan bahwa *ride-hailing* tidak hanya membuka peluang ekonomi baru, tetapi juga mendistribusikan manfaat ekonomi secara lebih merata.
- Dalam konteks pengurangan kemiskinan, dampak dari kehadiran ekosistem GoTo juga sangat terasa dengan kontribusinya menurunkan tingkat kemiskinan sebesar 0,317 poin persentase secara rata-rata di tingkat kabupaten/kota. Jika diakumulasikan secara nasional, dampak ini setara dengan mengeluarkan sekitar 24.666 orang dari garis kemiskinan, atau sekitar 1 persen dari total pengurangan jumlah penduduk miskin Indonesia sepanjang periode 2015–2022.
- Namun demikian, kontribusi yang menjanjikan ini dapat terancam apabila industri *ride-hailing* yang masih dalam tahap berkembang justru dibebani dengan regulasi yang terlalu rigid. Kenaikan beban regulasi terhadap pelaku usaha *ride-hailing* akan berujung pada peningkatan biaya operasional, yang pada akhirnya akan diteruskan kepada konsumen dalam bentuk kenaikan tarif layanan. Hal ini berpotensi menurunkan permintaan terhadap layanan *ride-hailing*, yang selama ini telah menjadi moda transportasi utama bagi jutaan masyarakat Indonesia.
- Jika permintaan melemah, maka bukan hanya kontribusi fiskal sektor ini yang akan menurun, tetapi juga pertumbuhan sektor ekonomi digital secara keseluruhan akan terhambat. Sebagai salah satu motor penggerak utama ekonomi digital, industri *ride-hailing* berperan penting dalam memperluas inklusi layanan digital, penciptaan lapangan kerja, dan efisiensi mobilitas urban.
- Pada tahun 2024, *market value* industri *ride-hailing* di Indonesia mencapai US\$9 miliar, tertinggi dibandingkan negara-negara ASEAN lainnya. Dominasi Indonesia dalam pasar *ride-hailing* di kawasan tidak hanya mencerminkan besarnya permintaan domestik, tetapi juga potensi ekonomi digital berbasis layanan transportasi yang dapat menjadi keunggulan kompetitif Indonesia di ASEAN.

Integrasi *ride-hailing* pada ekosistem angkutan umum

- Paling tidak terdapat dua keunggulan *ride-hailing* yang perlu dipertimbangkan oleh pembuat UU dan dapat dioptimalkan sehingga *ride-hailing* dapat terus berkontribusi positif terhadap ekosistem transportasi umum:
 - Penggunaan sistem teknologi informasi terkini pada *ride-hailing*; dan
 - Kontribusi *ride-hailing* terhadap inklusi masyarakat ke dalam ekosistem transportasi umum.
- Dari dua keunggulan *ride-hailing* di atas, terdapat beberapa rekomendasi berikut:
 - Penguatan aspek penggunaan teknologi informasi yang menjadi tulang punggung platform *ride-hailing* dalam rangka mengintegrasikan jenis transportasi ini ke dalam ekosistem angkutan umum.
 - Perluasan pemanfaatan teknologi informasi pada ekosistem angkutan umum, yang ditunjang dengan keberadaan *ride-hailing*, untuk mendapatkan data dan informasi yang diperlukan dalam rangka membentuk ekosistem angkutan umum yang handal, baik di tingkat nasional maupun daerah.
 - Perluasan pemanfaatan keunggulan inklusi sosial yang dimiliki oleh *ride-hailing* dalam rangka menghadirkan angkutan umum yang inklusif bagi seluruh kalangan masyarakat.
 - Para pembuat kebijakan perlu berhati-hati dalam memberikan pengaturan terhadap *ride-hailing* mengingat pengaturan yang berlebihan terhadap subsektor ekonomi digital ini berpotensi menciptakan hambatan terhadap inovasi platform dalam rangka mengembangkan jasa layanan *ride-hailing*; menurunkan jumlah penggunaan *ride-hailing*; mengurangi pendapatan bagi mitra pengemudi; dan meningkatkan penggunaan transportasi pribadi akibat emigrasi penggunaan *ride-hailing*.

2. Pengantar

Model transportasi online (*ride-hailing*) telah menjadi salah satu moda transportasi yang kerap membantu mobilitas masyarakat untuk semakin terhubung dengan beragam jenis moda transportasi angkutan massal lainnya. Penggunaan teknologi informasi yang menjadi fitur utama layanan dan identitas perusahaan platform *ride-hailing*, termasuk taksi dan ojek online, telah memberikan manfaat kemudahan dan penghubung bagi mitra dan pengguna dari layanan tersebut.

Berdasarkan survei Goodstats pada Juni 2023, 56 persen pengguna *ride-hailing* menjadikan kemudahan memesan dan menggunakan sebagai alasan mereka menggunakan moda transportasi ini.¹ Selain itu, *ride-hailing* juga dinilai dapat menjadi penghubung antar-moda transportasi massal, seperti kereta dan bus, mengingat daya jangkau yang bisa menyentuh jalan-jalan kecil dan jam operasionalnya yang lebih fleksibel jika dibanding dengan moda transportasi massal sehingga turut serta meningkatkan produktivitas pengguna yang berasal dari berbagai macam kalangan.

Indonesia memiliki Undang-Undang (UU) No. 22/2009 tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan (LLAJ) sebagai dasar hukum pengaturan sektor transportasi yang bersinggungan dengan bisnis *ride-hailing*. Pada UU tersebut, di antara pengaturan yang ada di dalam UU tersebut adalah pengaturan mengenai surat izin mengendarai, tata tertib serta rambu lalu lintas, ketentuan angkutan umum, parkir, dan beberapa pengaturan lainnya yang berkenaan dengan angkutan umum yang memberikan dasar hukum operasional kepada pengemudi *ride-hailing* di jalan raya. Selain itu, pengaturan-pengaturan tersebut juga telah memberikan dasar hukum yang memadai kepada ekosistem angkutan umum sehingga *ride-hailing* bisa menyesuaikan serta melengkapi celah-celah yang kiranya belum bisa dipenuhi oleh angkutan umum konvensional.

Di sisi lain, jumlah pengguna layanan *ride-hailing* di Indonesia sangat besar, menunjukkan peningkatan dari 78,38 juta pengguna pada 2019 menjadi 84,14 juta pengguna pada 2024, atau bertambah sekitar 5,76 juta pengguna dalam lima tahun.² Rata-rata penambahan sekitar 1,4 persen pengguna setiap tahun menandakan bahwa *ride-hailing* telah menjadi bagian esensial dari sistem mobilitas masyarakat Indonesia. Tingginya penggunaan *ride-hailing* ditengarai membantu meningkatkan produktivitas para penggunanya. Menurut survei pada tahun 2022 yang dibuat oleh Institute for Development of Economics and Finance (INDEF), 73 persen pengguna transportasi online merasa bahwa mereka terbantu dengan keberadaan layanan tersebut dari segi produktivitas dan penghematan waktu dan biaya.³

Pada sisi kontribusi keuangan, rata-rata uang yang dihabiskan oleh setiap pengguna untuk mendapatkan layanan ini sebesar Rp 642 ribu per tahun, dan total nilai transaksi yang berputar pada bisnis ini mencapai Rp 57 triliun sepanjang tahun 2024 atau naik sebesar 7,3 persen dari tahun sebelumnya. Menurut Lembaga Penyelidikan Ekonomi dan Masyarakat Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia (LPEM FEB UI), selama periode 2015-2023, GoTo diklaim telah berkontribusi pada penurunan tingkat pengangguran Indonesia sebesar 8,25 persen per tahun, khusus di daerah luar Pulau Jawa mencapai 21 persen.⁴

Popularitas dan kontribusi keuangan dari perusahaan platform digital yang menaungi *ride-hailing*

¹ Goodstats, "Mengapa Orang Indonesia Memilih Transportasi Online?", Jul. 11, 2023, <https://tinyurl.com/3jju7tfx>

² Statista. "Number of *ride-hailing* and taxi users in Indonesia from 2020 to 2029", Juli 31, 2024. <https://tinyurl.com/me5k93xt>

³ INDEF, "Hasil Studi Transportasi dan Logistik Online di Indonesia", 2023, <https://tinyurl.com/3bvsvp9c>

⁴ LPEM FEB UI, "Dorong 5 Sektor Penting Penggerak PDB Indonesia Tahun 2023", Juni 5, 2025, <https://tinyurl.com/msz2mtw7>

yang terus berkembang membuat para pembuat kebijakan perlu memiliki persepsi yang faktual agar seluruh kegiatan dan aktor yang terlibat di dalam kegiatan tersebut dapat memiliki pengetahuan yang komprehensif, termasuk dalam pembuatan peraturan. Pada dasarnya, pengaturan transportasi yang menjadi objek pembahasan di dalam UU LLAJ meliputi banyak hal, mulai dari isu *over dimension over load* (ODOL), mitigasi kerusakan jalan dan kemacetan, ketersediaan sarana dan prasarana transportasi, dan aspek lainnya. Namun demikian, pada dokumen rekomendasi kebijakan ini, objek kajian berfokus pada pengaturan integrasi *ride-hailing* ke dalam ekosistem transportasi angkutan umum secara hati-hati sehingga kontribusi positif *ride-hailing* terhadap ekonomi dan pendapatan negara tetap terjaga dan bahkan terus tumbuh.

3. Kontribusi layanan *ride-hailing* terhadap perekonomian nasional dan sektor transportasi umum

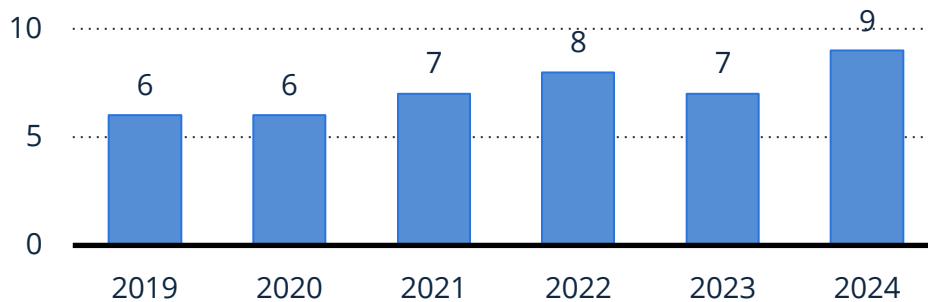
Dalam satu dekade terakhir, layanan *ride-hailing* telah mengalami perkembangan signifikan dan menjadi bagian integral dari sistem mobilitas masyarakat Indonesia. Layanan ini bukan hanya memberikan kemudahan mobilitas di kawasan perkotaan dan daerah pinggiran, tetapi juga menjadi pendorong penting dalam pertumbuhan ekonomi digital, penerimaan negara, dan daya saing nasional. Namun demikian, hingga saat ini layanan *ride-hailing* belum mendapatkan pengakuan eksplisit dalam sistem hukum nasional, khususnya dalam UU LLAJ. Jika merujuk pada kontribusinya yang telah terukur dan terbukti di berbagai dimensi strategis, para pembuat undang-undang perlu berhati-hati dalam mengintegrasikan *ride-hailing* dalam kategori angkutan umum melalui revisi UU LLAJ untuk tetap menjaga dan bahkan meningkatkan kontribusi positif *ride-hailing* pada ekonomi dan pendapatan negara.

3.1. Kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB)

Salah satu indikator utama kontribusi sektor *ride-hailing* terhadap perekonomian nasional adalah Gross Merchandise Value (GMV), yakni total nilai transaksi bruto yang terjadi melalui platform layanan ini. Dalam lima tahun terakhir, GMV sektor *ride-hailing* menunjukkan tren pertumbuhan stabil, meningkat dari US\$6 miliar pada 2019 menjadi US\$8 miliar pada 2022, dan mencapai US\$9 miliar pada 2024.⁵ Angka tersebut merepresentasikan hampir 50 persen pertumbuhan dalam enam tahun, menunjukkan tingginya permintaan dan volume transaksi dalam sektor ini.

⁵ Statista. "Gross merchandise value of online transport and food delivery services in Indonesia 2019- 2024", Jan 16, 2025. <https://tinyurl.com/5h7m7rrs>

Gambar 1 Gross merchandise value (GMV) layanan transportasi online di Indonesia (dalam US\$ miliar)

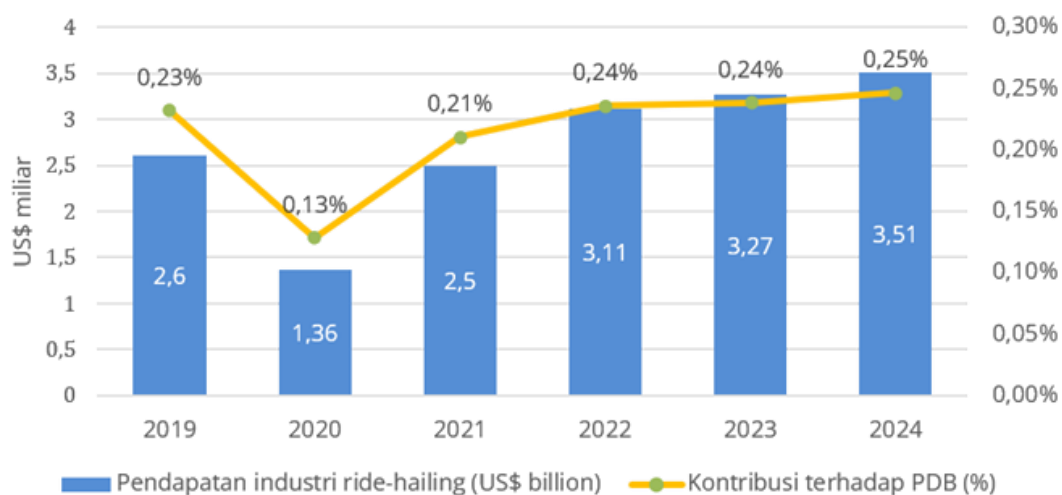


Sumber: Statista (2024)

Kenaikan GMV ini mencerminkan dua hal penting. Pertama, peningkatan permintaan masyarakat terhadap layanan *ride-hailing* sebagai bagian dari kebutuhan transportasi harian mereka, terutama di kawasan urban. Kedua, semakin besarnya nilai ekonomi yang berputar di dalam sektor ini menjadi indikator bahwa *ride-hailing* telah memainkan peran penting dalam perputaran ekonomi makro nasional. Pertumbuhan GMV secara tidak langsung mencerminkan kontribusi *ride-hailing* terhadap penciptaan nilai tambah nasional, baik melalui konsumsi rumah tangga, peningkatan produktivitas kerja, maupun perputaran usaha mikro dan kecil yang menggunakan layanan ini sebagai pendukung logistik dan mobilitas.

Demikian juga estimasi pendapatan tahunan (*revenue*) dari industri *ride-hailing* di Indonesia juga menunjukkan tren positif, dari US\$2,6 miliar (Rp 36,78 triliun) pada 2019 menjadi US\$3,51 miliar (Rp 54,72 triliun) pada 2024, atau 0,25 persen dari PDB Indonesia.⁶ Meskipun sektor ini belum mendapatkan pengakuan hukum secara eksplisit dalam UU LLAJ, kontribusi pendapatan sektor *ride-hailing* terhadap PDB Indonesia menunjukkan bahwa sektor ini secara faktual telah menjadi bagian dari struktur ekonomi formal Indonesia.

Gambar 2. Kontribusi *ride-hailing* di Indonesia terhadap PDB 2019-2024 (dalam US\$ miliar)



Sumber: Statista (2024) diolah

⁶ Statista. "Revenue of the *ride-hailing* & taxi market in Indonesia from 2020 to 2029", July 31, 2024. <https://tinyurl.com/4e442jkj>

Konsistensi kontribusi ini memiliki implikasi penting. Pertama, keberadaan sektor *ride-hailing* tidak dapat lagi dianggap sebagai sekadar tren teknologi sesaat. Ia telah menunjukkan daya tahan dan daya tumbuh meskipun menghadapi guncangan besar seperti pandemi COVID-19. Penurunan pendapatan pada tahun 2020 sebesar 47,7 persen (dari US\$2,6 miliar menjadi US\$1,36 miliar) akibat pembatasan mobilitas, berhasil dipulihkan secara progresif hingga mencapai US\$3,51 miliar pada 2024. Hal ini mencerminkan resiliensi sektor ini terhadap krisis, sebuah indikator penting bagi sektor-sektor ekonomi riil. Kedua, fakta bahwa pendapatan ini tercatat secara akuntabel dan dapat dihitung kontribusinya terhadap PDB yang berarti bahwa aktivitas ekonomi dalam ekosistem *ride-hailing* telah masuk dalam cakupan perpajakan.

Lebih jauh, kontribusi terhadap perekonomian nasional dari sektor *ride-hailing* juga diperkuat dengan capaian dari salah satu pelaku utama industri ini, PT GoTo Gojek Tokopedia Tbk (GoTo Group). Berdasarkan kajian Lembaga Penyelidikan Ekonomi dan Masyarakat Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia (LPEM FEB UI) tahun 2023, ekosistem GoTo diperkirakan memberikan nilai tambah sebesar Rp 428 triliun terhadap perekonomian nasional pada tahun 2022, atau setara dengan sekitar 2,2 persen dari total PDB Indonesia tahun tersebut.⁷ Nilai tambah ini berasal dari aktivitas perusahaan dan para mitra di dalam ekosistemnya, yakni mitra pengemudi dan pelaku UMKM.

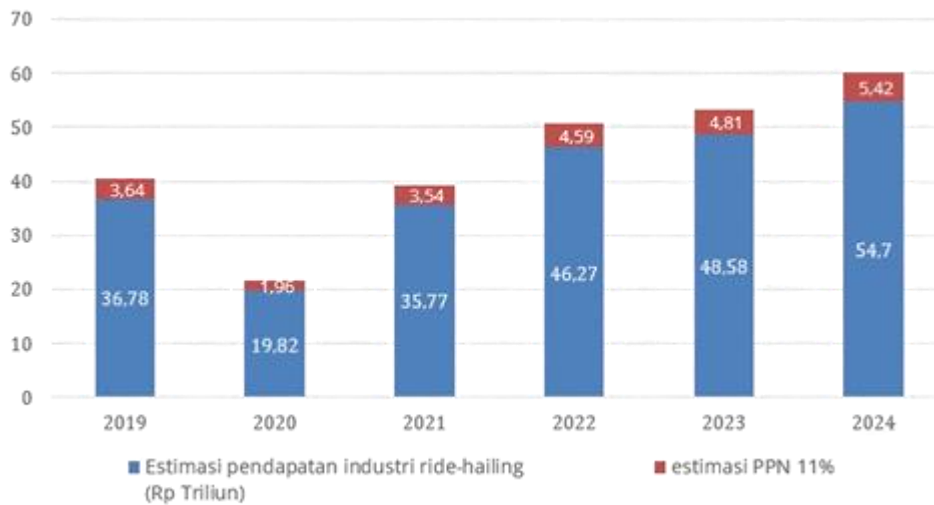
Kontribusi signifikan ini sangat penting dalam konteks pemulihan ekonomi nasional pasca pandemi. Meskipun 2022 merupakan tahun awal pemulihan dari puncak pandemi, perekonomian global masih dibayangi ketidakpastian akibat perang dagang global, konflik geopolitik, serta kenaikan suku bunga global untuk meredam inflasi. Terlepas dari tekanan eksternal tersebut, kontribusi GoTo terhadap pertumbuhan ekonomi nasional tetap solid dengan memperkuat peran sektor *ride-hailing* dan ekosistem digital sebagai pilar baru perekonomian Indonesia.

3.2. Kontribusi terhadap penerimaan negara melalui pajak

Selain kontribusinya terhadap PDB, sektor *ride-hailing* juga berperan signifikan dalam memfasilitasi meningkatnya penerimaan negara, khususnya melalui Pajak Pertambahan Nilai (PPN) sebesar 11 persen yang dibayarkan oleh konsumen atas penggunaan layanan ini. Estimasi penerimaan PPN dari sektor ini mengalami peningkatan dari Rp 3,64 triliun pada 2019 menjadi Rp 5,42 triliun pada 2024, atau tumbuh sekitar 49 persen dalam lima tahun terakhir. Meskipun sempat mengalami penurunan pada tahun 2020 akibat pandemi, sektor ini pulih dengan cepat dan menunjukkan kontribusi fiskal yang konsisten dan relevan. Hal ini mencerminkan tidak hanya ketahanan sektor *ride-hailing* sebagai bagian dari ekonomi digital, tetapi juga peran strategisnya dalam menopang basis penerimaan pajak negara dari aktivitas konsumsi masyarakat secara langsung.

⁷ LPEM FEB UI, "Dorong 5 Sektor Penting Penggerak PDB Indonesia Tahun 2023", Juni 5, 2025, <https://tinyurl.com/msz2mtw7>

Gambar 3. Kontribusi sektor *ride-hailing* terhadap penerimaan pajak PPN (dalam Rp triliun)



Sumber: Statista (2024) diolah

Kontribusi sebesar Rp 5,42 triliun per tahun dari satu subsektor ekonomi digital merupakan jumlah yang signifikan dalam konteks perpajakan nasional, apalagi jika mempertimbangkan bahwa sektor ini masih tergolong baru. Penting dipahami bahwa PPN adalah pajak konsumsi yang dibayarkan oleh pengguna akhir, sehingga besarnya penerimaan PPN dari layanan *ride-hailing* mencerminkan volume konsumsi riil masyarakat terhadap layanan ini. Data ini menegaskan bahwa jutaan konsumen telah menjadikan *ride-hailing* sebagai bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari mereka—baik untuk mobilitas ke tempat kerja, pengantaran anak sekolah, maupun pemenuhan logistik personal. Maka, kontribusi PPN dari *ride-hailing* bukan hanya memperkuat kas negara, tetapi juga menjadi indikator bahwa layanan ini telah masuk ke dalam ekosistem ekonomi riil dan berkontribusi terhadap sistem perpajakan nasional.

Sebagai salah satu subsektor utama dalam ekonomi digital yang sedang berkembang, industri *ride-hailing* telah menunjukkan kapasitas fiskal dan potensi pertumbuhan yang sangat menjanjikan. Hal ini juga tercermin dari kinerja fiskal salah satu pemain utamanya GoTo. Berdasarkan Laporan Keuangan GoTo tahun 2023, Gojek tercatat telah membayar Pajak Penghasilan (PPh) Badan di muka sebesar Rp 23,85 miliar, meningkat hampir 200 persen dibandingkan tahun sebelumnya yang hanya sebesar Rp 7,75 miliar. Selain itu, Gojek juga tercatat membayar pajak lainnya di muka sebesar Rp 890,45 miliar pada 2023, naik 21 persen dari tahun 2022 sebesar Rp 734 miliar.

Data ini memperkuat bukti bahwa industri *ride-hailing* tidak hanya bertumbuh dalam skala operasional dan jumlah pengguna, tetapi juga telah memberikan kontribusi fiskal yang nyata dan terus meningkat, seiring dengan ekspansi ekosistem layanan yang mereka kembangkan. Oleh karena itu, agar potensi fiskal dan pertumbuhan ini dapat terus berkembang, penting bagi pemerintah untuk menjaga keberlanjutan ekosistem ekonomi digital melalui kebijakan yang akomodatif, proporsional, dan tidak membebani sektor yang masih dalam tahap pertumbuhan dengan regulasi yang terlalu *rigid*.

Regulasi dapat menimbulkan biaya tambahan, oleh karena itu perlu dipertimbangkan untuk membuat regulasi yang tidak membebani yang justru berisiko kontraproduktif. Kenaikan beban regulasi terhadap pelaku usaha *ride-hailing* akan berdampak langsung pada biaya operasional yang meningkat, yang pada akhirnya akan dibebankan kepada konsumen dalam bentuk tarif layanan yang lebih tinggi. Peningkatan biaya transportasi harian ini berpotensi menurunkan daya beli masyarakat dan mengurangi permintaan terhadap layanan *ride-hailing*. Jika hal ini terjadi, bukan hanya konsumsi masyarakat yang tertekan, tetapi juga potensi penerimaan pajak negara dari sektor ini bisa menurun secara jangka panjang.

Penurunan permintaan terhadap layanan *ride-hailing* juga akan memukul sektor ekonomi digital yang lebih luas, karena *ride-hailing* merupakan salah satu pintu masuk utama masyarakat ke dalam ekosistem digital—baik dari sisi teknologi, metode pembayaran elektronik, maupun integrasi layanan antar sektor (seperti logistik dan e-commerce). Dengan demikian, regulasi yang tidak proporsional terhadap sektor ini berisikoengebiri pertumbuhan ekonomi digital Indonesia, yang saat ini tengah menjadi salah satu prioritas pembangunan nasional.

Lebih jauh, jika industri *ride-hailing* yang merupakan penggerak utama ekonomi digital justru dibebani dengan regulasi yang terlalu *rigid*, hal ini juga berpotensi menghambat pencapaian target pertumbuhan ekonomi sebesar 8 persen yang tengah dicanangkan oleh pemerintah Indonesia. Sektor ekonomi digital, termasuk *ride-hailing* di dalamnya, memainkan peran penting dalam mendorong efisiensi, penciptaan lapangan kerja, dan inovasi layanan publik, sehingga dukungan regulasi yang seimbang menjadi syarat mutlak untuk mencapai visi pertumbuhan ekonomi jangka menengah tersebut.

3.3. Kontribusi terhadap peningkatan kesempatan kerja dan penurunan kemiskinan

Selain kontribusinya terhadap PDB dan penerimaan pajak, sektor *ride-hailing* juga berperan strategis dalam mendukung penciptaan kesempatan kerja baru dan berkontribusi terhadap penurunan angka kemiskinan di Indonesia. Data dari LPEM FEB UI menunjukkan bahwa aktivitas bisnis GoTo Group, khususnya melalui kemitraan dengan UMKM, telah menambah kesempatan kerja bagi hingga 1,7 juta jiwa, atau setara 1,2 persen dari total penduduk usia produktif di Indonesia tahun 2022 yang mencapai 135 juta orang.⁸

Perlu dicatat bahwa penambahan ini terjadi di luar belasan juta mitra pengemudi dan pelaku UMKM yang telah bergabung dalam ekosistem GoTo, yang mencerminkan kemampuan sektor *ride-hailing* dalam memperluas basis ekonomi produktif di tingkat akar rumput. Melalui perluasan kesempatan kerja ini, sektor *ride-hailing* memperkuat daya dukungnya terhadap pertumbuhan inklusif.

Lebih jauh, keberadaan ekosistem GoTo juga berdampak positif dalam mengurangi ketimpangan pendapatan di daerah operasionalnya. Studi LPEM FEB UI memperkirakan bahwa kehadiran Gojek menurunkan koefisien Gini sebesar 4,43 persen secara rata-rata di kabupaten/kota tempat layanan ini hadir. Ini berarti sektor *ride-hailing* tidak hanya berkontribusi terhadap penciptaan ekonomi baru, tetapi juga terhadap penyebaran manfaat ekonomi secara lebih merata di seluruh Indonesia.

⁸ LPEM FEB UI, "Dorong 5 Sektor Penting Penggerak PDB Indonesia Tahun 2023", Juni 5, 2025, <https://tinyurl.com/msz2mtw7>

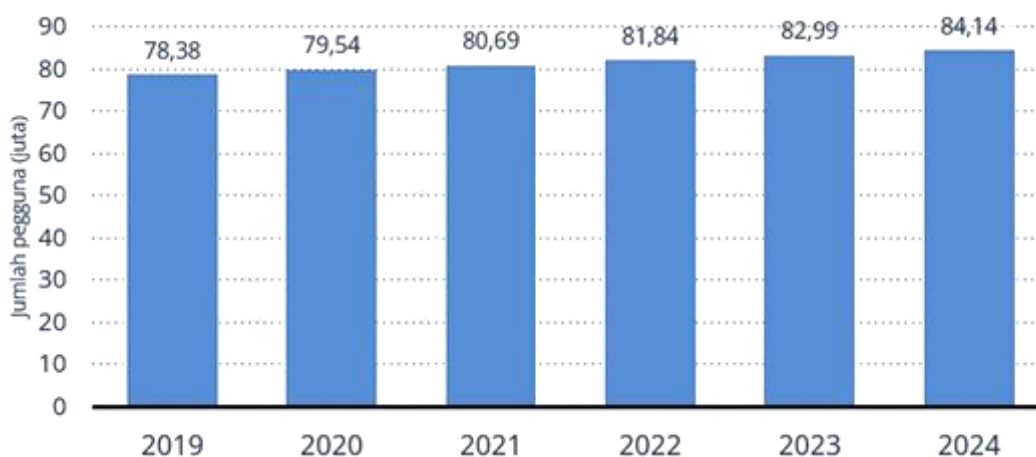
Dalam aspek pengurangan kemiskinan, dampak keberadaan GoTo juga sangat nyata. Tingkat kemiskinan di kabupaten/kota tempat Gojek beroperasi berkurang rata-rata sebesar 0,317 persentase poin. Jika diakumulasi secara nasional, dampak ini setara dengan mengeluarkan sekitar 24.666 orang dari garis kemiskinan, atau sekitar 1 persen dari total pengurangan jumlah penduduk miskin Indonesia sepanjang periode 2015–2022.

Dengan demikian, kontribusi industri *ride-hailing*, khususnya melalui ekosistem GoTo, tidak hanya mendorong pertumbuhan ekonomi dan memperbesar kontribusi fiskal, tetapi juga memberikan dampak sosial positif berupa perluasan lapangan kerja, pengurangan kesenjangan pendapatan, dan percepatan pengentasan kemiskinan di Indonesia.

3.4. Keandalan *ride-hailing* sebagai moda transportasi umum jarak dekat

Popularitas dan keandalan *ride-hailing* sebagai solusi mobilitas jarak dekat di kota-kota besar maupun daerah pinggiran juga ditunjukkan dari tren pengguna yang terus meningkat. Layanan ini bukan lagi sekadar pelengkap, melainkan telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari masyarakat. *Ride-hailing* telah membentuk pola konsumsi baru yang menggambarkan tingkat adopsi luas dan menyeluruh di seluruh lapisan masyarakat.

Gambar 4. Pertumbuhan pengguna layanan *ride-hailing* di Indonesia (dalam juta)



Sumber: Statista (2024) diolah

Tren penggunaan layanan ini mencerminkan pertumbuhan permintaan yang stabil. Data jumlah pengguna menunjukkan peningkatan dari 78,38 juta pengguna pada 2019 menjadi 84,14 juta pengguna pada 2024, atau bertambah sekitar 5,76 juta pengguna dalam lima tahun.⁹ Rata-rata penambahan sekitar 1,4 persen pengguna setiap tahun menandakan bahwa *ride-hailing* telah menjadi bagian esensial dari sistem mobilitas masyarakat Indonesia.

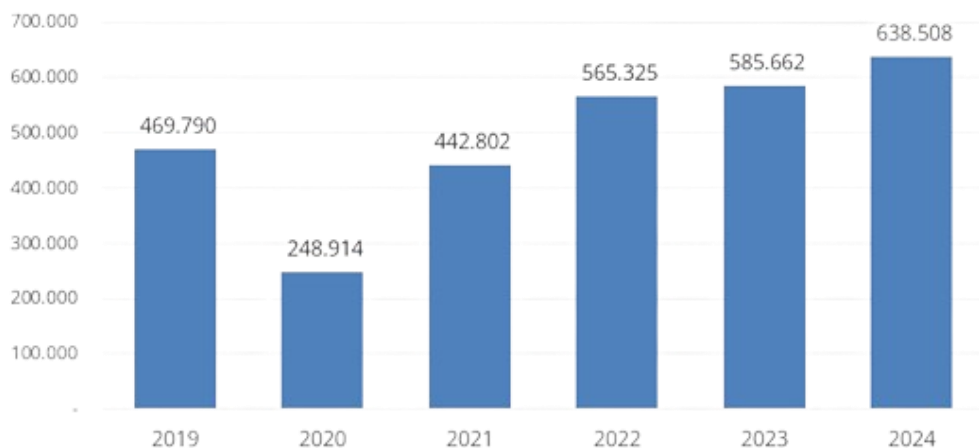
Selain peningkatan jumlah pengguna, kekuatan sektor *ride-hailing* juga tercermin dari rata-rata pendapatan per pengguna (*Average Revenue Per User/ARPU*) yang menunjukkan tren pertumbuhan stabil. ARPU naik dari Rp 469,790 (US\$33,22) pada 2019 menjadi Rp 638,508 (US\$40,93) pada 2024, bahkan setelah sempat menurun pada tahun 2020 akibat pandemi.¹⁰ Kenaikan ARPU ini

⁹ Statista. "Number of *ride-hailing* and taxi users in Indonesia from 2020 to 2029", July 31, 2024. <https://tinyurl.com/me5k93xt>

¹⁰ Statista. "Average revenue per user (ARPU) in the *ride-hailing* & taxi market in Indonesia from 2020 to 2029", Sep 3, 2024. <https://tinyurl.com/nemfe7at>

menandakan bahwa masyarakat tidak hanya menggunakan layanan ini secara rutin, tetapi juga semakin bersedia mengalokasikan anggaran transportasi pribadinya untuk layanan *ride-hailing*. Peningkatan ini terjadi secara organik, bukan karena dorongan promosi semata, dan berlangsung bahkan ketika banyak sektor teknologi digital lain mengalami perlambatan akibat kejenuhan pasar atau perubahan tren. ARPU yang tinggi juga menunjukkan tingkat adopsi masyarakat yang mendalam dan berkelanjutan, yang memperkuat legitimasi *ride-hailing* sebagai penyedia layanan publik yang krusial.

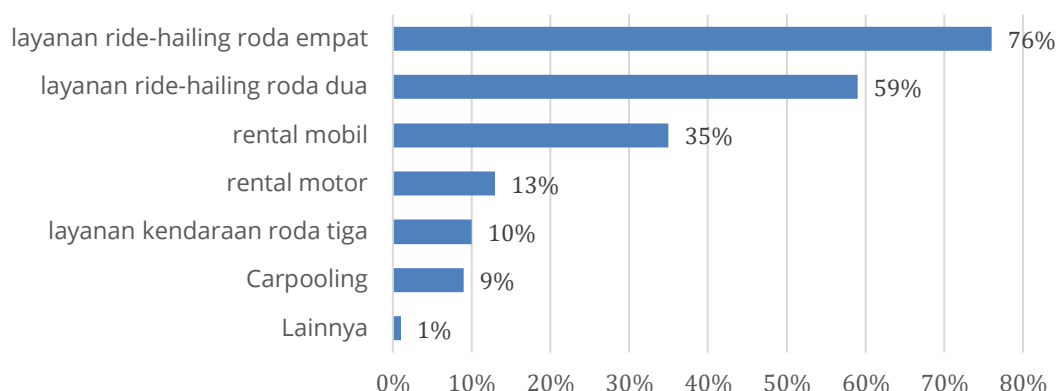
Gambar 5. Pendapatan rata-rata per pengguna (ARPU) *ride-hailing* di Indonesia, 2019-2024 (dalam Rp)



Sumber: Statista (2024) diolah

Temuan ini semakin diperkuat oleh hasil survei Rakuten Insight pada Maret 2024 yang dilakukan terhadap 3.595 responden berusia 16 tahun ke atas di Indonesia. Hasil survei ini menunjukkan bahwa layanan *ride-hailing* roda empat (mobil) merupakan moda transportasi paling diminati oleh masyarakat Indonesia, dengan 76 persen responden memilihnya sebagai layanan utama yang mereka gunakan.¹¹ Layanan *ride-hailing* roda dua (sepeda motor) menempati posisi kedua, dengan tingkat preferensi mencapai 59 persen responden. Angka-angka ini menunjukkan bahwa dua jenis layanan *ride-hailing* tersebut telah melampaui bentuk transportasi lainnya dalam hal preferensi publik.

Gambar 6. Survei layanan transportasi yang sering digunakan di Indonesia (Maret 2024)



Sumber: Statista (2024)

¹¹ Statista. "Most used shared mobility services Indonesia 2024", April 2024. <https://tinyurl.com/mr2k9ndd>

Tingginya minat ini menegaskan bahwa *ride-hailing* bukan sekadar alternatif, melainkan telah menjadi pilihan utama masyarakat dalam memenuhi kebutuhan mobilitas harian mereka. Ketersediaan yang cepat, kemudahan akses melalui aplikasi, serta kenyamanan dan fleksibilitas waktu membuat layanan ini unggul dibandingkan moda transportasi lain. Fakta bahwa mayoritas responden menempatkan *ride-hailing* roda empat dan roda dua sebagai pilihan teratas juga menandakan pergeseran pola konsumsi transportasi ke arah layanan berbasis digital yang responsif terhadap kebutuhan pengguna. Dengan demikian, popularitas yang tinggi ini semakin memperkuat posisi *ride-hailing* sebagai bagian integral dari ekosistem transportasi publik modern di Indonesia.

Kehadiran platform transportasi online seperti Gojek dan pasar yang mereka ciptakan menghasilkan dependensi konsumen transportasi online terhadap jasa yang mereka tawarkan. Contohnya, penelitian di Kota Semarang menemukan terdapat celah pasar bagi pengguna jasa mikrolet yang kurang maksimal dari segi kurangnya kualitas pelayanan, terbatasnya jumlah serta jangkauan dari jalur yang dilayani jasa transportasi umum tersebut, dan waktu tempuh yang relatif panjang. Celah tersebut dapat diisi oleh *ride-hailing*, termasuk Gojek, sehingga masyarakat tetap bisa mendapatkan pelayanan transportasi yang memadai di daerah tersebut dengan berbagai fitur yang ditawarkan. Pergeseran tersebut turut mendorong peralihan ojek pangkalan menjadi mitra Gojek.¹²

Pada kajian yang lain ditemukan pula indikasi masyarakat yang mengandalkan Gojek sebagai layanan yang digunakan oleh 79,9 persen total responden dari total 697 responden yang menjadi objek penelitian tersebut. Selain itu, layanan GoFood (70,5 persen) dan GoPay (68,7 persen) menjadi favorit selanjutnya, diikuti oleh GoRide dan GoCar (67,1 persen). Alasan yang dikemukakan para responden yang memilih fitur GoRide dan GoCar adalah karena layanan tersebut lebih praktis dan tidak membuat mereka kelelahan di jalan (24,1 persen), tidak membuat mereka perlu menggunakan kendaraan pribadi (20,1 persen), cepat sampai (17,4 persen), tidak perlu mencari dan bayar parkir (10,5 persen), serta alasan lainnya (7 persen).¹³

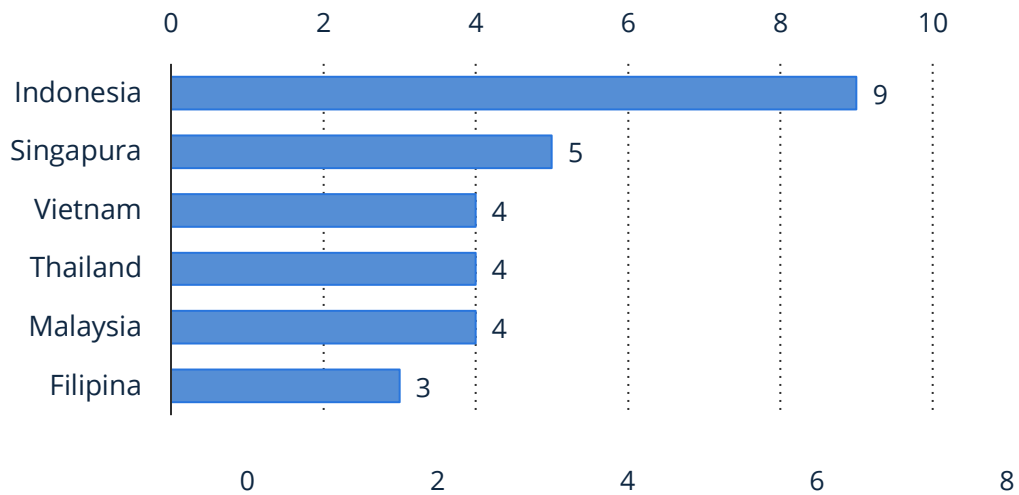
3.5. Peningkatan daya saing ekonomi digital Indonesia di ASEAN

Dominasi Indonesia dalam pasar *ride-hailing* di Asia Tenggara juga menunjukkan potensi strategis layanan ini dalam memperkuat daya saing nasional. Pada 2024, *market value* industri *ride-hailing* di Indonesia mencapai US\$9 miliar, tertinggi dibandingkan negara-negara ASEAN lainnya. Dominasi Indonesia dalam pasar *ride-hailing* di kawasan tidak hanya mencerminkan besarnya permintaan domestik, tetapi juga potensi ekonomi digital berbasis layanan transportasi yang dapat menjadi keunggulan kompetitif Indonesia di ASEAN. Dengan nilai pasar yang jauh lebih besar dari negara tetangga, sektor ini memiliki potensi besar untuk menjadi pilar penggerak daya saing ekonomi digital nasional, terutama jika ditopang oleh kepastian regulasi.

¹² Nuripah, Gunawan, dan Rochana, "Anak Muda dan Go-Ride (Kajian Gaya Hidup Digital Pengguna Jasa Transportasi Ojek Daring Di Kota Semarang)," Hal. 78-80, *Journal of Indonesian Social Studies Education* Vol. 1, No. 1, 2023. <https://tinyurl.com/2wvx5xrd>

¹³ Katadata, "Survei Tunjukkan Ketergantungan Masyarakat Akan Gojek dan Tokopedia," Jan. 2023. <https://tinyurl.com/3zhmhhcy>

Gambar 7. Nilai pasar layanan *ride-hailing* di Asia Tenggara 2024 (dalam US\$ miliar)



Sumber: Statista (2024)

4. Integrasi *ride-hailing* ke dalam ekosistem transportasi angkutan umum

Kontribusi ekonomi yang besar dan signifikansi *ride-hailing* sebagai penghubung beragam moda transportasi massal perlu dikelola oleh para pembuat kebijakan sehingga manfaat dari keberadaannya bisa terus dirasakan oleh masyarakat luas, sedangkan menegasikan *ride-hailing* dari sistem angkutan umum bisa berdampak kontraproduktif pada upaya pemerintah menghadirkan sistem transportasi yang memadai dan handal.

Ride-hailing mampu menjadi moda transportasi *feeder* dan mencakup *first and last mile*¹⁴ bagi masyarakat yang menghubungkan mereka dengan *middle mile*¹⁵ atau moda transportasi massal semacam kereta atau bus. Menurut peneliti Pusat Kajian Transportasi dan Logistik (Pustral) Universitas Gadjah Mada, Muhammad Zuhdy Irawan, semakin sering orang menggunakan angkutan umum maka semakin sering pula menggunakan transportasi online.¹⁶

Lebih lanjut lagi, Ketua Umum Masyarakat Transportasi Indonesia (MTI), Tory Darmantoro, menegaskan bahwa *ride-hailing*, khususnya ojek online, merupakan moda transportasi komplementer yang mampu mengisi kekosongan atau kekurangan yang masih dimiliki oleh angkutan umum yang belum memiliki standar yang solid, baik di tingkat nasional maupun daerah. Menurutnya, ojek online menjadi salah satu pilihan yang dinikmati masyarakat untuk perjalanan jarak dekat atau paling jauh 8 kilometer.¹⁷

¹⁴ *First mile* merupakan perjalanan dari tempat asal menuju tempat transit, sedangkan *last mile* merupakan perjalanan dari tempat transit menuju tujuan akhir.

¹⁵ *Middle mile* merupakan perjalanan dari tempat transit, seperti stasiun, terminal, atau halte bus, ke tempat transit yang berdekatan dengan tujuan akhir.

¹⁶ Antara, "Transportasi daring jadi peluang sekaligus tantangan angkutan umum," Jan. 18, 2022, <https://tinyurl.com/32v7b7fy>

¹⁷ Menurut Tory, selain dari sisi keselamatan, jarak ideal dengan maksimal 8 km juga merupakan jarak yang menguntungkan bagi mitra secara ongkos karena setelah jarak tersebut keuntungan yang didapat mitra relatif menjadi lebih kecil.

4.1. Keunggulan transportasi online

Paling tidak terdapat tiga alasan utama mengapa *ride-hailing* patut diperhitungkan untuk menjadi bagian dari sistem angkutan umum terintegrasi: keunggulan penggunaan teknologi dan penguatan pada ekosistem angkutan umum yang inklusif.

Penggunaan sistem teknologi informasi terkini

Teknologi informasi menjadi tulang punggung platform *ride-hailing*, adapun tren pemanfaatan teknologi yang sama juga tengah dilaksanakan oleh pemerintah dan aktor penyedia angkutan umum lainnya. Adaptasi teknologi untuk kepentingan transportasi menguntungkan seluruh pihak, mulai dari pemerintah, perusahaan, mitra, dan pengguna dari aspek integrasi sistem transportasi, kemudahan merencanakan perjalanan, antisipasi ongkos perjalanan, keamanan hingga keselamatan.

Transportasi online hadir sebagai inovasi bersifat disruptif dengan cara penggunaan teknologi yang baru. Aplikasi transportasi online dapat memberikan alokasi mitra pengemudi yang dicocokkan dengan pemesanan pengguna berkat estimasi jangka pendek permintaan *ride-hailing* yang akurat. Perkembangan algoritma dan kekuatan komputasi mendorong penerapan *machine learning* kepada data permintaan *ride-hailing* yang bersifat data spasial dan temporal. Aplikasi transportasi online juga menampilkan estimasi waktu tiba (*estimated time arrival*, ETA) melalui data perlintasan dari *global positioning system* (GPS). ETA yang akurat terbukti meningkatkan kepuasan pengguna dan efisiensi operasional.¹⁸

Sistem pencocokan pemesanan pengguna dalam jasa transportasi online memungkinkan pesanan pengguna masuk ke dalam daftar pesanan agar mitra pengemudi bisa menerimanya melalui model pencocokan pesanan. Model tersebut mengacu pada pola data spasial dan temporal sehingga mampu meminimalkan waktu tunggu pengguna dan/atau memaksimalkan pendapatan mitra pengemudi.¹⁹

GoTo juga memiliki layanan GoTransit²⁰ yang mengintegrasikan layanan *ride-hailing* dengan layanan masing-masing moda transportasi massal yang ada di kota besar. Dengan kata lain, angkutan umum massal modern dan *ride-hailing* yang sama-sama berbasis teknologi informasi akan lebih mudah diintegrasikan dalam rangka kemudahan penggunaannya. Selain itu, data perilaku penumpang, kecenderungan jumlah penumpang di waktu tertentu, dan data lainnya yang didapat dari sistem informasi terintegrasi antara angkutan umum dan *ride-hailing* merupakan aset yang sangat bernilai dalam membuat kebijakan oleh pemerintah, baik di tingkat pusat maupun di daerah.

Selain itu, teknologi yang digunakan *ride-hailing* juga memiliki beberapa fitur serta keunggulan dalam rangka memastikan keamanan dan keselamatan pengguna serta pengemudi. Seluruh data identitas pengguna dan pengemudi, rute perjalanan, serta informasi terkait seluruh perjalanan dicatat secara digital sehingga jika terjadi hal yang tidak diharapkan, pihak berwenang bisa mendapatkan informasi yang diperlukan untuk melakukan pemeriksaan lanjutan. Lebih lanjut lagi,

¹⁸ Liu et al. "How machine learning informs *ride-hailing* services: A survey." *Communications in Transportation Research* Vol. 2, Dec. 2022, Hal. 2-4. <https://doi.org/10.1016/j.commtr.2022.100075>

¹⁹ Ibid.

²⁰ GoTransit merupakan layanan yang menyediakan integrasi antara transportasi online yang berfungsi sebagai *first* dan *last mile* dengan transportasi angkutan umum massal sebagai *middle mile*. Layanan tersebut memungkinkan pengguna untuk mengetahui jadwal moda angkutan umum massal yang hendak digunakan dan membeli tiket untuk keseluruhan moda transportasi yang dibutuhkan untuk satu perjalanan secara sekaligus.

fitur semacam GoCar Protect+²¹ milik Gojek turut serta memberi pengalaman perjalanan yang aman bagi pengguna dan sekaligus mitra pengemudi.

Inklusi sosial

Inklusi sosial pada sektor transportasi yang menjadi salah satu nilai tambah dari *ride-hailing*. Inklusi sosial menjadi aspek penting yang perlu dipertimbangkan dalam rangka mengintegrasikan *ride-hailing* ke dalam ekosistem angkutan umum.

Sebuah survei yang dilaksanakan di Provinsi Pampanga, Filipina, menunjukkan bahwa responden cenderung lebih memilih *ride-hailing* walaupun transportasi umum konvensional tidak sulit diakses karena pertimbangan kenyamanan, kualitas, kemudahan, dan waktu perjalanan. Responden yang lebih muda dan yang berpendapatan relatif rendah juga cenderung lebih menyukai *ride-hailing*, terutama bila ada opsi tarif yang lebih terjangkau.²²

Studi lain di Kolombia dan Meksiko yang dirilis pada tahun 2024 mengindikasikan bahwa pengguna jasa *ride-hailing* cenderung berasal dari kalangan sosial menengah ke atas, yang tidak memiliki kemudahan akses ke sistem transportasi umum. Selain itu, fitur keamanan dan kemudahan *ride-hailing* menjadi preferensi kalangan pengguna perempuan ketika melakukan mobilitas untuk memenuhi kebutuhan harian mereka karena beberapa alasan, yaitu mereka tidak memiliki kendaraan, tarif transportasi umum yang tidak terjangkau, adanya hambatan akses ke sistem angkutan umum, norma sosial yang menghambat perempuan untuk bepergian sendirian, atau reputasi keamanan yang buruk di kota Bogota, Kolombia.²³

Di Indonesia, sebuah riset di Yogyakarta menunjukkan peran penting *ride-hailing* sebagai solusi tantangan bagi masyarakat untuk mengakses transportasi umum yang krusial, terutama bagi penduduk penghasilan rendah dan berada di wilayah yang tidak terjangkau transportasi umum. *Ride-hailing* juga mampu memberikan fleksibilitas bagi penduduk dari kelompok menengah ke bawah melalui perjalanan jarak pendek dan ekonomis dengan ojek online yang dapat diakses di wilayah pinggiran kota.²⁴

Riset lain tentang pengaruh dari layanan GoTransit dan GoInstan di kawasan Jabodetabek menemukan bahwa kelompok pekerja dan pelajar mencakup 58,9 persen pengguna GoTransit. Perjalanan kelompok pekerja dan pelajar ke tempat tinggal mereka mendominasi penggunaan GoInstan sebagai layanan 'mil terakhir', dengan mencakup 54,1 persen total pemakaian layanan ini. Studi ini menyatakan bahwa layanan seperti GoInstan yang melayani 'mil terakhir' perjalanan dapat menjadi solusi masalah kepadatan lalu lintas. Penyediaan lahan tambahan untuk pergantian moda transportasi di sekitar simpul pergantian transportasi tetap dibutuhkan untuk mengurangi kepadatan lalu lintas.²⁵

²¹ GoCar Protect+ memberikan perlindungan ekstra terhadap penumpang dan mitra pengemudi yang meliputi asuransi dan proteksi kesehatan, khususnya yang berkenaan dengan protokol kesehatan selama pandemi.

²² Galang et al. "Impact of Digital Platform Economy and *Ride-hailing* Services on Urban Mobility in Pampanga." *Journal of Technology and Systems* Vol. 7, No. 1, Hal. 28-57, 2025. <https://doi.org/10.47941/jts.2506>

²³ Oviedo, Sabogal-Cardona, dan Scholl, "Transport and social (dis)advantage in *ride-hailing*," *Area Development and Policy* 2024, Hal. 24-25. <https://doi.org/10.1080/23792949.2024.2404024>

²⁴ Muchlisin et al. "Unraveling the travel patterns of *ride-hailing* users: A latent class cluster analysis across income groups in Yogyakarta, Indonesia," Hal. 10-12. *Travel Behaviour and Society* Vol. 37, Okt. 2024, <https://doi.org/10.1016/j.tbs.2024.100836>

²⁵ Pusat Studi Transportasi dan Logistik Universitas Gadjah Mada, "Integrasi Antar Moda Lewat GoTransit Jadi Bagian Alternatif Solusi Transportasi Berkelanjutan di Indonesia," 2023, <https://tinyurl.com/22mj9nnw>

Sebuah studi yang dilaksanakan di Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi, Bandung, Medan, Makassar, dan Bali pada tahun 2023 menemukan bahwa 23,6 persen mitra ojek online dan 22,4 persen mitra pengemudi taksi online menganggur sebelum bermitra dengan platform. Setelah bermitra dengan platform, mitra ojek online mencatatkan peningkatan rata-rata pendapatan bulanan dari Rp 2,57 juta ke Rp 4 juta, sementara mitra taksi online mencatatkan kenaikan rata-rata pendapatan bulanan dari Rp 3,66 juta ke Rp 9,21 juta. Di sisi lain, *ride-hailing* juga berkontribusi secara signifikan terhadap pemasukan mitra ojek dan taksi online paruh waktu, atau yang memiliki pekerjaan di luar *ride-hailing*, masing-masing berkontribusi sebesar 54 persen dan 68 persen dari seluruh pendapatan mitra.²⁶

4.2. Tantangan

Meski memiliki beberapa keunggulan, *ride-hailing* juga memiliki beberapa tantangan dalam upayanya menjadi bagian dari ekosistem angkutan umum, seperti penyesuaian status perusahaan platform menjadi perusahaan angkutan umum dan dasar hukum yang belum memadai bagi kendaraan roda dua untuk menjadi angkutan umum.²⁷

Perusahaan platform dalam kerangka UU LLAJ

Hanya perusahaan angkutan umum yang dapat menyiapkan jasa angkutan dengan Kendaraan Bermotor Umum sehingga platform perlu menyesuaikan diri sebagaimana diatur di dalam UU LLAJ Pasal 151 jo. Pasal 1. Pada dasarnya, platform bagi *ride-hailing* merupakan perusahaan teknologi dan bukan Perusahaan Angkutan Umum.²⁸ Sedangkan di dalam UU LLAJ, pelayanan angkutan orang tidak dalam trayek harus diselenggarakan oleh perusahaan angkutan umum yang memiliki izin.²⁹

Apabila perusahaan platform dijadikan perusahaan angkutan umum akan berimplikasi pada kewajiban registrasi kendaraan bermotor yang kewajibannya berada pada pihak perusahaan angkutan umum sebagaimana diatur di dalam UU LLAJ Pasal 73. Padahal, pada model *ride-hailing*, kendaraan merupakan milik mitra, bukan platform.

Asosiasi Driver Online memiliki aspirasi agar tidak serta merta kendaraan yang mereka gunakan untuk mengangkut penumpang diperlakukan menjadi angkutan umum, sebagaimana kendaraan bermotor angkutan umum yang memiliki nomor kendaraan berwarna kuning. Mereka beralasan bahwa kendaraan yang mereka gunakan terkadang juga digunakan untuk kepentingan angkutan pribadi. Jika diperlukan identifikasi khusus, maka penggunaan stiker dapat menjadi solusi yang lebih sederhana.³⁰

²⁶ Sunitiyoso et al. "Research Report: Ride Hailing Industry 2023," School of Business and Management Institut Teknologi Bandung, 2023. <https://tinyurl.com/4wknzks2>

²⁷ Universitas Gadjah Mada, Mailinda Eka Yuniza, "Evaluasi UU Jalan dan LLAJ," 2020, <https://tinyurl.com/3eu39jfk>

²⁸ Perusahaan Angkutan Umum adalah "badan hukum yang menyediakan jasa angkutan orang dan/atau barang dengan Kendaraan Bermotor Umum."

²⁹ Sebagai kajian komparasi, European Court of Justice mengeluarkan putusan kepada Uber (Case C-434/15) yang mengategorikan perusahaan sebagai perusahaan jasa transportasi dan bukan perusahaan jasa informasi seperti yang diklaim oleh Uber. Pengadilan menilai bahwa model bisnis Uber yang menghubungkan mitra pengemudi dengan pengguna membuat perusahaan tersebut perlu diklasifikasikan sebagai perusahaan yang menyediakan "jasa dalam bidang transportasi."

³⁰ Sebagai perbandingan di New York City, angkutan umum taksi dibagi menjadi taksi kuning dan taksi *private hire*. Perusahaan transportasi online seperti Uber sebagai penyedia *private hire* tetap harus memenuhi beberapa ketentuan kelayakan seperti jenis mobil, tahun mobil, kondisi mobil, emisi, asuransi, dan lain sebagainya.

Oleh karena itu, pengaturan di dalam revisi UU LLAJ cukup memastikan agar platform tetap dapat membantu mitra pengemudi, selaku pemilik kendaraan, menemukan penumpang tanpa menegasikan kewajiban untuk memastikan kendaraan yang digunakan layak dan aman jalan. Dengan adanya dependensi masyarakat kepada jasa *ride-hailing*, pemerintah selaku regulator perlu melaksanakan kerja sama yang solid dengan perusahaan platform agar berbagai keunggulan yang dimiliki oleh *ride-hailing* dapat mengisi kekosongan yang masih terdapat pada ekosistem transportasi umum. Ketergantungan tersebut menyebabkan urgensi kerja sama *end-to-end* antara transportasi umum dengan platform *ride-hailing* semakin penting untuk dicapai.

Ojek online dalam kerangka UU LLAJ

Masih terdapat dasar hukum yang belum memadai dan inefisiensi biaya operasional bagi kendaraan roda dua, termasuk ojek online dan ojek konvensional, untuk menjadi bagian dari angkutan umum. Kendaraan roda dua atau Sepeda Motor di dalam UU LLAJ Pasal 1 hanya didefinisikan sebagai "Kendaraan Bermotor beroda dua dengan atau tanpa rumah-rumah dan dengan atau tanpa kereta samping atau Kendaraan Bermotor beroda tiga tanpa rumah-rumah." Kendaraan Bermotor sendiri didefinisikan sebagai "setiap Kendaraan yang digerakkan oleh peralatan mekanik berupa mesin selain Kendaraan yang berjalan di atas rel." Dengan kata lain, sepeda motor yang digunakan untuk mengangkut penumpang (seperti ojek konvensional); bertenaga listrik, bukan berbahan bakar bensin (sepeda motor listrik); dan mengangkut penumpang menggunakan aplikasi (ojek online) belum memiliki pengertian yang konkret di dalam UU tersebut.

Di sisi lain, kendaraan bermotor roda dua juga belum menjadi bagian dari klasifikasi Kendaraan Bermotor Umum Tidak Trayek sebagaimana diatur di dalam UU LLAJ Pasal 151. Meski demikian, penggunaan kendaraan bermotor roda dua sebagai kendaraan bermotor umum secara *de facto* diakui melalui pengaturan di tingkat Peraturan Menteri, seperti Peraturan Menteri Perhubungan No. 12/2019.

Selain kendala dalam sisi dasar hukum, kendaraan bermotor roda dua juga memiliki kekurangan dalam hal variabel biaya operasional ketika menjadi bagian dari angkutan umum. Menurut Sekretaris Jenderal Kementerian Perhubungan 2015-2018 Sugihardjo, semakin kecil kemampuan angkut sebuah moda angkutan, maka semakin besar pula biaya yang perlu dikeluarkan sehingga ojek online dinilai sebagai angkutan komplementer.³¹

Pada dasarnya, definisi mengenai Kendaraan Bermotor Umum³² telah memberikan jalan kepada formulasi lebih lanjut mengenai ojek online dan jenis *ride-hailing* lainnya. Definisi tersebut telah merefleksikan sebagian dari operasional *ride-hailing* yang mengangkut barang dan orang dengan pungutan biaya tertentu, meski pada pelaksanaannya terdapat perbedaan antara kendaraan bermotor umum konvensional dan *ride-hailing* yang berbasis aplikasi. Dengan demikian, revisi UU LLAJ selanjutnya perlu mengadaptasi definisi kendaraan bermotor umum dengan perkembangan jenis kendaraan bermotor umum terkini, khususnya yang berbasis aplikasi.

Adapun untuk pengaturan mengenai ojek online, revisi UU LLAJ juga perlu memperhatikan manfaat dari ojek online yang dapat berperan sebagai moda transportasi *first* dan *last mile* atau jarak pendek sehingga dapat menunjang keberadaan moda transportasi massal *middle mile*. Keunggulan lain yang dimiliki ojek online sebagai angkutan komplementer jarak dekat perlu ada pengaturan tertentu di dalam UU sehingga para aktor yang menyediakan manfaat dari jenis transportasi ini dapat

³¹ Tempo, "Kemenhub Sebut Alasan Ojek Online Tidak Termasuk Angkutan Umum," Apr. 3, 2018, <https://tinyurl.com/yk7db6x3>

³² Kendaraan Bermotor Umum adalah "setiap Kendaraan yang digunakan untuk angkutan barang dan/atau orang yang dipungut biaya."

bekerja berdasarkan dasar hukum yang jelas dan memadai.

5. Risiko regulasi berlebihan

Dalam rangka mendukung optimalisasi kontribusi fiskal dan integrasi *ride-hailing* ke dalam ekosistem angkutan umum, pendekatan regulasi yang bersifat fleksibel atau *light-touch regulation* menjadi sangat penting. Pendekatan ini lebih efektif dalam mendorong kepatuhan pajak secara sukarela dan mencegah munculnya disinsentif terhadap inovasi di sektor ekonomi digital yang tengah berkembang. Alih-alih mendukung pertumbuhan *ride-hailing*, regulasi berlebihan justru dapat menciptakan beberapa tantangan yang meliputi; hambatan atas inovasi, kerentanan konsumen terhadap kenaikan harga, berkurangnya pemasukan terhadap mitra, dan peningkatan penggunaan transportasi pribadi akibat emigrasi penggunaan *ride-hailing*.

5.1. Hambatan atas inovasi

Tumpang tindih kewenangan dan pengaturan yang tidak jelas antar otoritas publik, baik di tingkat nasional maupun daerah, dapat menyulitkan inovasi dan operasional dari platform *ride-hailing*. Ketidakpastian hukum, kewenangan, dan lembaga yang berwenang menjadi permasalahan utama bagi *ride-hailing* memberikan manfaat optimal di dalam ekosistem angkutan umum. Sebagai contoh, di Kolombia, terjadi tarik menarik kepentingan antara otoritas perhubungan dan otoritas teknologi informasi sebagai lembaga yang berwenang dalam mengatur urusan *ride-hailing*. Lebih lanjut lagi, friksi lembaga negara di Kolombia dalam pengaturan *ride-hailing* juga terjadi antara pemerintah pusat dan pemerintah daerah. Setiap entitas pemangku kebijakan dan kepentingan sama-sama memiliki justifikasi, baik dengan motif perlindungan terhadap hak usaha bisnis berbasis internet, perlindungan terhadap taksi konvensional, target pemerintah untuk mengurangi informalitas sektor transportasi urban, atau alasan lainnya. Dinamika tersebut menciptakan lingkungan bisnis yang tidak kondusif hingga menciptakan ketidakpastian dan gangguan terhadap inovasi di sektor *ride-hailing*.³³

Di Indonesia, wacana dari Kementerian Komunikasi dan Informatika serta Kementerian Perhubungan mengenai penetapan batas atas dan batas bawah pada jasa kurir transportasi online sempat mencuat pada tahun 2024. Direktur Eksekutif Centre for Strategic and International Studies (CSIS) Yose Rizal Damuri merespons wacana tersebut dengan mengingatkan bahwa kebijakan tarif batas atas dan batas bawah telah berdampak negatif bagi persaingan usaha dan insentif berinovasi di industri. Sebagai contoh, regulasi penetapan batas bawah telah berimplikasi negatif pada inovasi industri penerbangan, sehingga dampak yang sama tersebut dapat terulang di industri jasa kurir online. Ia menambahkan bahwa kebijakan tarif tersebut juga berpotensi merugikan kurir online karena membatasi ruang tarif untuk memperhitungkan kondisi geografis, kualitas infrastruktur transportasi, dan dinamika perubahan permintaan yang berbeda-beda dari satu area dengan area lain.³⁴

Menurut kajian INDEF pada tahun 2022, penetapan batas atas pada industri digital berbasis two-sided market dinilai kontraproduktif dan tidak sesuai dengan global best practices. Kebijakan ini berisiko menghambat pertumbuhan layanan *ride-hailing* di Indonesia, mengurangi pendapatan,

³³ Oviedo, Jaramillo, dan Nieto, "Governance and Regulation of Ride-hailing Services in Emerging Markets: Challenges, Experiences and Implications," Inter-American Development Bank, 2021, <http://dx.doi.org/10.18235/0003579>

³⁴ Suara.com, "Tuntutan Legalisasi dan Pengaturan Tarif Kurir Dinilai Rawan Merugikan Ojol," Sep. 5, 2024, <https://tinyurl.com/36exejhn>

dan memperpanjang waktu menuju Break Even Point (BEP) pasca fase penetrasi pasar. Studi perbandingan lintas sektor dan negara juga menunjukkan bahwa kebijakan ini melemahkan daya saing industri digital nasional. Dalam jangka panjang, pembatasan komisi dapat menjadi disinsentif bagi startup lokal, menurunkan minat investor, dan menghambat transformasi digital Indonesia.³⁵

Kajian Internasional Transportation Forum (ITF), yang berafiliasi dengan the Organization for Economic Co-operation and Development (OECD), mengenai pengaturan jasa transportasi berbasis aplikasi menekankan bahwa regulasi yang terlalu mengekang terhadap industri yang sedang berkembang, seperti industri *ride-hailing*, sangat berisiko mengganggu perkembangan dan inovasi jasa yang ditawarkan entitas-entitas usahanya. Selain memfasilitasi inovasi, ITF menyarankan regulasi yang dibuat oleh pemerintah terhadap *ride-hailing* perlu meminimalkan persyaratan menjalankan usaha dan menghindari fokus pemungutan atas entitas-entitas usahanya agar tidak menghambat inovasi.³⁶

5.2. Kerentanan konsumen terhadap kenaikan harga

Pada sebuah penelitian yang dilaksanakan pada tahun 2020 di Indonesia and Tiongkok menunjukkan bahwa kebiasaan konsumen memilih jasa *ride-hailing* di kedua negara sangat tergantung pada kepuasan mereka terhadap layanan yang ditawarkan oleh platform. Kepuasan tersebut menjadi penentu keputusan mereka untuk terus menggunakan layanan *ride-hailing*. Lebih dalam lagi, hanya konsumen Indonesia yang terpengaruh oleh faktor harga/tarif dalam pengambilan keputusan memilih jasa *ride-hailing*.³⁷ Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa konsumen *ride-hailing* Indonesia memiliki sensitivitas lebih tinggi terhadap perubahan tarif, yang perubahannya sangat bergantung pada pengaturan tarif batas bawah dan batas atas.

Pada sebuah riset lain yang dilaksanakan di Surabaya pada tahun 2020 menunjukkan bahwa kesetiaan konsumen ke jasa *ride-hailing*, termasuk Gojek, ditentukan oleh variabel harga sebagai faktor yang paling dominan. Faktor harga turut memberikan efek kepada kepuasan dan kesetiaan konsumen *ride-hailing*. Selain itu, kualitas jasa transportasi online, terutama pada dimensi reliabilitas, juga berpengaruh signifikan terhadap kesetiaan konsumen pada *ride-hailing*.³⁸

5.3. Berkurangnya pemasukan mitra

Sensitivitas konsumen Indonesia terhadap perubahan tarif *ride-hailing* memiliki implikasi terhadap pemasukan mitra pengemudi. Di Indonesia, survei yang dilakukan oleh Badan Kebijakan Transportasi Kementerian Perhubungan terhadap kenaikan tarif ojek online yang diberlakukan melalui Keputusan Menteri Perhubungan No. 564/2022 mengungkapkan bahwa proporsi mitra pengemudi yang mendapatkan rata-rata jumlah penumpang 5-10 orang per hari turun dari 46,88 persen menjadi 44,35 persen. Sementara itu, mitra pengemudi yang mendapatkan rata-rata jumlah penumpang di bawah 5 orang per hari naik dari 53,12 persen menjadi 55,65 persen.³⁹ Dapat

³⁵ INDEF, "DAMPAK PENETAPAN BATAS ATAS BIAYA KOMISI PADA INDUSTRI DIGITAL INDONESIA", Nov. 2022, <https://tinyurl.com/4e72a9yz>

³⁶ ITF, *Regulating App-Based Mobility Services: Summary and Conclusions*, ITF Roundtable Reports, No. 175, Hal 48. OECD Publishing, Paris, 2019, <https://doi.org/10.1787/94d27a3a-en>

³⁷ Gunarso, G. (2023). *Why Do Consumers Use Ride-hailing? Evidence from China and Indonesia*. *Binus Business Review*, 14(1), Hal. 53. <https://doi.org/10.21512/bbr.v14i1.8371>

³⁸ Assegaff dan Pranoto. "Price Determines Customer Loyalty in *Ride-hailing* Services." *American Journal of Humanities and Social Sciences Research*, Vol. 4, No. 3, Hal. 461. <https://tinyurl.com/ynt925ww>

³⁹ Nisa Alfiani, "Penumpang Ojek Online Turun 50 persen Pasca Kenaikan Tarif," Okt. 8 2022. <https://tinyurl.com/3h46hek7>

disimpulkan bahwa peraturan pemerintah yang meningkatkan tarif *ride-hailing* mengurangi pemasukan mitra pengemudi.

Oleh karena itu, pembuat undang-undang perlu berhati-hati untuk tidak memberikan beban tambahan regulasi terhadap pelaku *ride-hailing* karena kenaikan beban regulasi akan berujung pada peningkatan biaya operasional, yang pada akhirnya akan diteruskan kepada konsumen dalam bentuk kenaikan tarif layanan. Hal ini berpotensi menurunkan permintaan terhadap layanan *ride-hailing*, dan pada akhirnya akan mengurangi pemasukan mitra.

5.4. Peningkatan penggunaan transportasi pribadi

Meningkatnya harga tarif *ride-hailing* dan berkurangnya jumlah pengguna *ride-hailing* dapat berimplikasi kontra produktif pada upaya pemerintah untuk meningkatkan jumlah pengguna transportasi umum daripada transportasi pribadi. Indikasi peralihan dari penggunaan *ride-hailing* ke transportasi pribadi dapat dilihat pada sebuah penelitian yang dilaksanakan di Amerika Serikat yang mengungkap bahwa sebagian besar pengguna *ride-hailing* beralih ke transportasi pribadi, daripada ke transportasi umum, setelah terjadi peningkatan tarif *ride-hailing* sebesar 10 persen. Pada survei tersebut, mayoritas pengguna *ride-hailing* beralih ke transportasi pribadi (45,78 persen), sedangkan lainnya ke transportasi umum (23,31 persen), berjalan kaki (21,95 persen), dan bersepeda (8,96 persen).⁴⁰

⁴⁰ Boarnet, Shao, dan Pilgram, "Monetary cost, time cost, and mode choice: Transit and ridehailing in California," *Transportation Research Part D: Transport and Environment*, Vol. 130, 2024, 104149, ISSN 1361-9209. <https://doi.org/10.1016/j.trd.2024.104149>.

6. Kesimpulan dan rekomendasi

6.1. Kesimpulan

1. Muatan dan dinamika yang terjadi di sekitar UU LLAJ telah menciptakan sebuah peluang revisi UU dalam rangka mempertahankan relevansi UU dan di saat bersamaan menjaga kontribusi ekonomi serta manfaat lainnya dari *ride-hailing*, yang merupakan bagian dari ekosistem angkutan umum.
2. Dalam lima tahun terakhir, GMV sektor *ride-hailing* menunjukkan tren pertumbuhan stabil, meningkat dari US\$6 miliar pada 2019 menjadi US\$7 miliar pada 2023, dan diproyeksikan akan mencapai US\$9 miliar pada 2025. Angka tersebut merepresentasikan hampir 50 persen pertumbuhan dalam enam tahun, menunjukkan tingginya permintaan dan volume transaksi dalam sektor ini.
3. Pada tahun 2023, *market value* industri *ride-hailing* di Indonesia mencapai US\$7 miliar, tertinggi dibandingkan negara-negara ASEAN lainnya, yang meliputi Singapura dengan US\$5 miliar; Malaysia, Vietnam, serta Thailand masing-masing dengan US\$3 miliar; dan Filipina dengan US\$2 miliar.
4. *Revenue* tahunan dari industri *ride-hailing* di Indonesia juga menunjukkan tren positif, dari US\$2,6 miliar pada 2019 menjadi US\$3,51 miliar pada 2024. Dalam periode tersebut, kontribusi *ride-hailing* terhadap PDB berada di kisaran 0,21 persen hingga 0,25 persen, dan tetap konsisten pasca-pandemi.
5. GoTo, sebagai pelaku utama dalam industri *ride-hailing*, menunjukkan kontribusi signifikan terhadap perekonomian dan sosial nasional. Ekosistem GoTo diperkirakan memberikan nilai tambah sebesar Rp 428 triliun pada tahun 2022, setara dengan 2,2 persen dari total PDB Indonesia tahun tersebut, melalui aktivitas perusahaan, mitra pengemudi, dan UMKM.
6. *Ride-hailing* memberikan sumbangan signifikan terhadap penerimaan negara. Berdasarkan Laporan Keuangan 2023, Gojek membayar PPh Badan di muka sebesar Rp 23,85 miliar, naik hampir 200 persen dari tahun sebelumnya, serta pajak lainnya di muka sebesar Rp 890,45 miliar, meningkat 21 persen dari 2022. Hal ini membuktikan bahwa industri *ride-hailing* tidak hanya bertumbuh dalam skala operasional dan jumlah pengguna, tetapi juga telah memberikan kontribusi fiskal yang nyata dan terus meningkat seiring dengan ekspansi ekosistem layanan yang mereka kembangkan.
7. Industri *ride-hailing* juga berkontribusi terhadap peningkatan kesempatan kerja dan penurunan kemiskinan di Indonesia. Ekosistem GoTo diestimasi telah menambah 1,7 juta kesempatan kerja, atau 1,2 persen dari total angkatan kerja usia produktif, serta menurunkan koefisien Gini sebesar 4,43 persen dan mengeluarkan sekitar 24.666 orang dari kemiskinan di kabupaten/kota tempat Gojek beroperasi.
8. Regulasi yang terlalu ketat atau membebankan kewajiban tambahan secara berlebihan justru berisiko kontraproduktif. Kenaikan beban regulasi terhadap pelaku usaha *ride-hailing* akan berdampak langsung pada biaya operasional yang meningkat, yang pada akhirnya akan dibebankan kepada konsumen dalam bentuk tarif layanan yang lebih tinggi.
9. Paling tidak terdapat dua keunggulan *ride-hailing* yang perlu dipertimbangkan oleh pembuat UU dan dapat dioptimalkan sehingga *ride-hailing* dapat terus berkontribusi positif terhadap ekosistem transportasi umum. Kedua keunggulan tersebut meliputi:

- a. Penggunaan sistem teknologi informasi terkini pada *ride-hailing*; dan
 - b. Kontribusi *ride-hailing* terhadap inklusi sosial ke dalam ekosistem transportasi umum.
10. Paling tidak terdapat empat risiko yang muncul dari regulasi yang berlebihan pada *ride-hailing* yang meliputi:
- a. Hambatan terhadap inovasi platform dalam rangka mengembangkan jasa layanan *ride-hailing*;
 - b. Penurunan jumlah penggunaan *ride-hailing*;
 - c. Berkurangnya pendapatan bagi mitra pengemudi;
 - d. Meningkatnya penggunaan transportasi pribadi akibat emigrasi penggunaan *ride-hailing*; dan
 - e. Berkurangnya ketertarikan investor untuk melakukan investasi pada bisnis *ride-hailing* di Indonesia.
11. Dengan kontribusi nyata terhadap perekonomian nasional serta kontribusi fiskal yang konsisten, dan terus meningkat, *ride-hailing* telah membuktikan peran strategisnya dari sisi kontribusinya terhadap PDB, penerimaan negara, keandalan sebagai moda transportasi masyarakat, maupun posisinya sebagai bagian dari ekonomi digital yang unggul di tingkat regional.

6.2. Rekomendasi

1. Proses revisi UU LLAJ perlu mempertimbangkan tren kontribusi ekonomi positif yang diberikan oleh *ride-hailing*, yang salah satunya dalam bentuk penerimaan pajak, sehingga mampu menjadikan Indonesia unggul pada sektor ekonomi digital di antara negara-negara ASEAN lainnya. Kontribusi tersebut perlu terus didukung perkembangannya dengan menghadirkan pengaturan hukum yang tepat sehingga mampu meyakinkan para pelaku bisnis, baik di dalam dan luar negeri, untuk melanjutkan kegiatan bisnisnya, khususnya di bidang ekonomi digital yang berhubungan dengan sektor transportasi.
2. Aspek penggunaan teknologi informasi yang menjadi tulang punggung platform *ride-hailing* perlu menjadi perhatian dalam rangka mengintegrasikan jenis transportasi ini ke dalam ekosistem angkutan umum.
3. Aspek teknologi informasi pada ekosistem angkutan umum, yang ditunjang dengan keberadaan *ride-hailing*, perlu dimanfaatkan oleh pembuat kebijakan untuk mendapatkan data dan informasi yang diperlukan dalam rangka membentuk sebuah kebijakan pembinaan ekosistem angkutan umum, baik di tingkat nasional maupun daerah.
4. Aspek inklusi sosial yang dimiliki oleh *ride-hailing* perlu dioptimalkan dalam rangka menghadirkan angkutan umum yang inklusif untuk seluruh kalangan masyarakat.
5. UU LLAJ perlu mengantisipasi beberapa pengaturan lanjutan mengenai *ride-hailing* di dalam UU, seperti ketentuan platform sebagai badan hukum non-angkutan perusahaan angkutan umum untuk bisa terlibat dalam penyediaan jasa angkutan; registrasi kendaraan yang digunakan untuk *ride-hailing*; kewajiban bagi platform dan mitra dalam memberikan layanan yang aman; serta pengaturan yang belum memadai bagi kendaraan roda dua untuk menjadi angkutan umum.
6. Revisi UU LLAJ perlu mengalokasikan sebuah bagian khusus yang mengatur status hukum platform tanpa harus mengubahnya menjadi perusahaan transportasi konvensional. Pengaturan yang baru perlu memastikan agar platform tetap dapat membantu mitra

pengemudi, selaku pemilik kendaraan, menemukan penumpang tanpa menegasikan kewajiban untuk memastikan kendaraan yang digunakan layak dan aman jalan.

7. Revisi UU LLAJ perlu mengadaptasi definisi kendaraan bermotor umum dengan perkembangan jenis kendaraan bermotor umum terkini, khususnya yang berbasis aplikasi. Pada dasarnya, definisi mengenai kendaraan bermotor umum telah memberikan jalan kepada formulasi lebih lanjut mengenai ojek online dan jenis *ride-hailing* lainnya. Definisi tersebut telah merefleksikan sebagian dari operasional *ride-hailing* yang mengangkut barang dan orang dengan pungutan biaya tertentu, meski pada pelaksanaannya terdapat perbedaan antara kendaraan bermotor umum konvensional dan *ride-hailing* yang berbasis aplikasi.
8. Revisi UU LLAJ perlu memberikan perhatian terhadap ojek online dengan memperhatikan perannya sebagai moda transportasi *first* dan *last mile* atau jarak pendek sehingga dapat menunjang keberadaan moda transportasi massal *middle mile*. Keunggulan lain yang dimiliki ojek online sebagai angkutan komplementer perlu diperhatikan sehingga para aktor yang menyediakan manfaat dari jenis transportasi ini dapat bekerja berdasarkan dasar hukum yang jelas dan memadai.
9. Para pembuat kebijakan perlu berhati-hati dalam memberikan pengaturan terhadap *ride-hailing* mengingat pengaturan yang berlebihan terhadap subsektor ekonomi digital ini berpotensi menciptakan hambatan terhadap inovasi platform dalam rangka mengembangkan jasa layanan *ride-hailing*; menurunkan jumlah penggunaan *ride-hailing*; mengurangi pendapatan bagi mitra pengemudi; dan meningkatkan penggunaan transportasi pribadi akibat emigrasi penggunaan *ride-hailing*.

Tenggara Strategics is a business and investment research and advisory institute established by the Centre for Strategic and International Studies (CSIS), *The Jakarta Post* and Prasetiya Mulya University. Combining the capabilities of the three organizations, we aim to provide the business community with the most reliable and comprehensive business intelligence related to areas that will help business leaders make strategic decisions.



PT Trisaka Wahana Tenggara
The Jakarta Post Building
Jl. Palmerah Barat 142-143
Jakarta 10270
+62 21 5300476/8 ext. 5001
info@tenggara.id
www.tenggara.id

Board of Commissioners:

Jusuf Wanandi, Djisman S. Simandjuntak,
Endy M. Bayuni

Board of Directors:

Riyadi Suparno, Yose Rizal Damuri,
Fathony Rahman

Guarantor: Riyadi Suparno

Inhouse Researchers & Writers:

Andreas Meidyana, Arisa Febia Rahma, Bayo
Adhika Putra, Dananjaya Rijaluzaman, Dwi
Atmanta, Eva Novi Karina, Fara Az-Zahra
Rahman, Ferdinand Phoe, Galby R. Samhudi,
Intan Salsabila Firman, Irvan Iswaraputra, Shifa
Rafida Fitri, Rayhan Kalevi Barung, Yessy Rizky

In addition, we have access to researchers and
experts at the Centre for Strategic and
International Studies (CSIS), *The Jakarta Post*
and Prasetiya Mulya University