

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Karya

Transportasi *online* adalah jasa layanan transportasi berbasis aplikasi digital yang meliputi sistem pemesanan, pemantauan jalur, pembayaran, hingga penilaian terhadap pelayanan jasa transportasi itu sendiri (Wahyusetyawati, 2017). Beberapa fungsi utama transportasi menurut Karim et al., (2023) sebagai berikut,

- a. Sebagai sarana untuk memudahkan aktivitas sehari-hari,
- b. Sebagai sarana untuk mempercepat proses pengangkutan manusia atau barang,
- c. Sebagai sarana yang dapat mendukung pertumbuhan maupun perekonomian suatu negara melalui usaha jasa transportasi.

Transportasi *online* merupakan bentuk transportasi yang mengandalkan aplikasi. Pada sistem ini, konsumen dapat memesan sarana transportasi melalui aplikasi di gawai (Amir & Rahman, 2020). Saat konsumen melakukan pemesanan melalui aplikasi, mereka dapat melihat detail seperti jarak tempuh, harga, identitas pengemudi, dan perkiraan waktu kedatangan pengemudi ke tempat konsumen berada (Amir & Rahman, 2020).

Kehadiran perusahaan teknologi dengan layanan jasa transportasi *online* pertama berawal di Amerika Serikat, yakni UberCab (Kevin, 2018). UberCab merupakan salah satu pelopor industri layanan transportasi yang menggunakan teknologi digital (Kevin, 2018). UberCab didirikan oleh Travis Kalanick dan Garret Camp, keduanya merupakan pebisnis (Yulianto, 2023). UberCab diluncurkan perdana di San Fransisco pada 2009. Kala itu UberCab hanya menyediakan jasa layanan mobil (Kristo, 2015). Hingga pada 2010, Ubercab berganti nama menjadi Uber.

Beberapa tahun setelahnya, Uber menyediakan layanan motor yang diperkenalkan di Thailand perdana pada Februari 2016 (Nistanto, 2020). Pihak Uber menjelaskan bahwa Uber Motor dikembangkan untuk kota-kota di beberapa negara berkembang yang memiliki tingkat kemacetan yang tinggi. Hingga tak berselang lama, Uber motor pun turut beroperasi di Indonesia (Nistanto, 2020).

Uber secara resmi masuk dan beroperasi di Indonesia pada 2014 dengan layanan berupa mobil, diikuti layanan lain berupa motor pada dua tahun berikutnya. Namun, perusahaan tersebut tidak dapat bertahan lama di pasar Asia terutama Indonesia (Yulianto, 2023). Uber menghadapi kegagalan dalam menjalankan bisnisnya di Indonesia dan beberapa negara lainnya lantaran mereka menghadapi berbagai kendala saat mencoba untuk mendominasi sektor transportasi *online* global (Yulianto, 2023). Tak hanya itu, persaingan sengit di wilayah Asia Tenggara juga menjadi salah satu faktor utama yang mengakibatkan kegagalan Uber (Yulianto, 2023). Akibatnya, Uber memutuskan untuk melepaskan bisnis mereka di kawasan Asia Tenggara pada tahun 2018. Uber menyerahkan bisnisnya kepada Grab, yang pada awalnya adalah pesaing perusahaan tersebut (Yulianto, 2023).

Di Indonesia, terdapat juga perusahaan teknologi yang menyediakan layanan jasa transportasi yakni Gojek yang didirikan oleh pria asal Tanah Air, Nadiem Anwar Makarim (Kristo, 2017). Gojek dirintis oleh Nadiem bersama dua rekannya yakni Kevin Aluwi, dan Michael Angelomoran pada 2010 lalu. Namun, kala itu Gojek belum menyediakan layanan aplikasi dan baru diluncurkan pada awal tahun 2015 untuk Android dan iOS (Kristo, 2017). Hadirnya aplikasi Gojek menjadi salah satu perusahaan teknologi yang menyediakan berbagai macam layanan seperti transportasi & logistik, pembayaran, layanan pesan antar makanan, dan belanja (Gojek, 2023). Perkembangan Gojek berlangsung pesat dan diikuti oleh perusahaan teknologi lain yang menyediakan jasa transportasi *online* serupa yakni Grab (Karim et

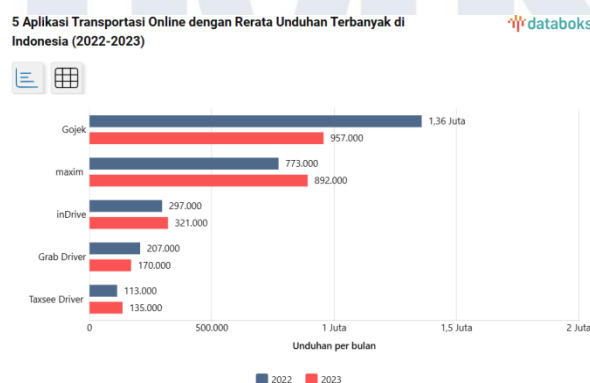
al., 2023). Grab didirikan pada tahun 2012 oleh pria asal Malaysia yakni Anthony Tan dan Tan Hooi (Cahyu, 2019). Grab taxi mulai memasuki Indonesia pada tahun 2014. Hingga pada bulan November di tahun yang sama, Grab mulai mengenalkan layanan GrabRide. GrabRide adalah layanan transportasi daring yang menggunakan jasa ojek motor. Saat ini, layanan tersebut telah menjadi salah satu layanan transportasi paling diminati di Jakarta, terutama di tengah kemacetan (Cahyu, 2019). Pada tahun 2015, Grab tidak hanya menjadi penyedia layanan transportasi. Perusahaan tersebut mulai menawarkan layanan pengiriman barang. Dengan nama GrabExpress, Grab membantu penduduk Indonesia, Vietnam, Malaysia, dan Singapura dalam mengirim paket kepada kerabat mereka. Pada tahun yang sama, layanan GrabHitch juga mulai diperkenalkan (Cahyu, 2019).

Selain Grab dan Gojek, terdapat transportasi *online* serupa asal Rusia yakni Maxim yang turut beroperasi di Tanah air, walaupun perusahaan teknologi ini sudah didirikan sejak tahun 2003, tetapi Maxim sendiri baru mulai beroperasi di Indonesia sejak 2018 (Pamungkas, 2023). Dikenal dengan tarif murah dibandingkan dengan kompetitor lain, Maxim adalah perusahaan teknologi yang didirikan oleh Maxim Belonogov, seorang pria asal Rusia. Belonogov memulai perusahaan ini pada tahun 2003 di Provinsi Shadrinks dan baru merambah ke Indonesia sekitar tahun 2018 (Pamungkas, 2023). Perusahaan teknologi itu pertama kali memulai operasionalnya di Jakarta melalui PT Teknologi Perdana Indonesia. Layanan transportasi ini dengan cepat meluas ke berbagai kota di Indonesia, seperti Yogyakarta, hingga Solo, kemudian diikuti oleh kota-kota besar lainnya seperti Bandar Lampung, Denpasar, Pontianak dan kota lainnya (Idris, 2022).

Tidak hanya Maxim, terdapat satu perusahaan teknologi asal Rusia pula yang dapat dikatakan cukup baru dibandingkan tiga pesaingnya, yakni Indrive. Perusahaan teknologi ini baru beroperasi di Indonesia pada 2019 lalu. Namun, pertama kali Indrive beroperasi bukan menyasar Jakarta, melainkan Medan

(Aipassa, 2023). akhir-akhir ini, Indrive semakin meluas ke berbagai kota besar di Indonesia dan mulai bersaing dengan Gojek dan Grab. Salah satu alasan utamanya adalah tarif ojek *online* dan taksi *online* yang lebih murah dibandingkan dengan Gojek dan Grab (Aipassa, 2023). Arsen Tomsy, pendiri sekaligus CEO Indrive, sebelumnya, Indrive sempat mengalami *rebranding* pada tahun 2022 dan mengalami pergantian nama yang tadinya Indriver diubah menjadi Indrive (Rochman, 2022). Dengan *rebranding* tersebut, Indrive kini tidak hanya menyediakan layanan transportasi daring, tetapi juga bertransformasi menjadi *marketplace* layanan perkotaan, *platform* ini memungkinkan pengguna mencari layanan rumah tangga, memesan perjalanan jarak jauh, serta menyediakan layanan pengiriman dan juga kargo (Rochman, 2022).

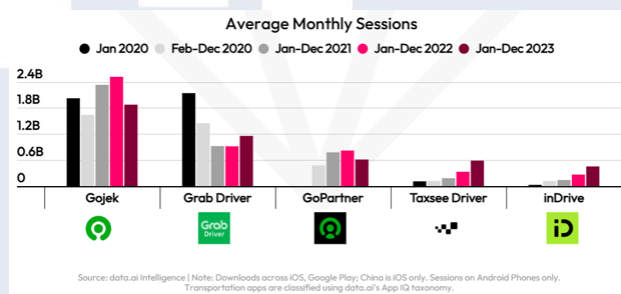
Di antara keempat transportasi *online* tersebut, Gojek menempati posisi *market share* tertinggi. Kotler dan Amstrong (2023) menyebut bahwa *market share* merupakan perbandingan antara total penjualan suatu perusahaan dengan total penjualan di pasar, angka penjualan ini dapat dihitung secara rasional dan digunakan untuk beberapa tujuan. Melansir Databoks yang didukung oleh data dari The State of Mobile Report, menunjukkan bahwa Gojek berada di posisi tertinggi dengan rata-rata unduhan mencapai 957 ribu dari pengguna *handphone* di Indonesia sepanjang tahun 2023 (Santika, 2024).



Gambar 1.1 Rerata Unduhan Aplikasi Transportasi *Online* Terbanyak Periode 2022-2023.

Sumber : Databoks, 2024

Gojek berada di peringkat pertama dengan rata-rata unduhan bulanan mencapai 957 ribu dari pengguna *handphone* di Indonesia pada tahun 2023. Walau demikian, sayangnya angka tersebut sempat menurun dibandingkan tahun 2022 lalu karena menurun sebesar 29% dari rata-rata sebelumnya yang mencapai 1,35 juta unduhan per bulan. Selain itu Gojek juga menduduki peringkat pertama pada rata-rata tingkat interaksi pengguna pada *platform* per bulannya sepanjang 2020-2023.



Gambar 1.2 Data Ai Intelligence Average Monthly Sessions Top Transportation App.

Sumber : Data AI Intelligence, 2024

Sementara itu, berdasarkan data dari Institute for Development of Economics & Finance (INDEF) yang melakukan survei terhadap konsumen transportasi *online* dan pedagang daring sebagai pengguna layanan logistik *online* Agustus dan September 2022 lalu, layanan Gojek merupakan layanan yang paling sering digunakan oleh pengguna transportasi *online* (82%) dan pengguna logistik *online* (64%), serta mencapai tingkat kepuasan yang melebihi rata-rata industri.

- **Transportasi online:** Gojek (82%), Grab (53%), Maxim (19,6%), InDriver (4,9%)
- **Logistik online:** Gojek (64%), Grab (42%), ShopeeXpress (28%), Lalamove (18,7%), AnterAja (10,9%), NinjaXpress (7,8%), dan Deliveree (5,4%).

Gambar 1.3 Hasil Survei terhadap Konsumen Transportasi *Online* dan pedagang daring sebagai pengguna layanan logistik *online* Agustus dan September 2022.

Sumber : INDEF, 2022

Kehadiran layanan ojek *online* sempat memicu kontra sejak pertama kali muncul, hal tersebut dikarenakan kelompok pengemudi ojek konvensional yang merasa tersaingi akan kehadiran *ojek online*, beberapa ojek pangkalan tidak terima hingga melakukan aksi demonstrasi sebagai bentuk rasa tidak suka terhadap pengemudi ojek *online*. (Abiyanti, 2023). Esfandari (2015) dalam Hendrastomo et al., (2016), pada penelitiannya menyoroti bahwa di Yogyakarta, terdapat beberapa wilayah yang dianggap sebagai zona merah bagi pengemudi Gojek, manajemen menyarankan agar pengemudi Gojek menghindari zona-zona tersebut untuk mengurangi kemungkinan konflik dengan pengemudi ojek pangkalan. Walau demikian, ojek *online* terus berkembang pesat karena kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dan dianggap sebagai model transportasi baru yang memiliki nilai tambah. (Karim et al., 2023).

Pada 2016, perusahaan Gojek dan Grab sempat mengalami persaingan yang cukup sengit, dari segi pengembangan layanan yang tidak hanya terpaku pada transportasi saja, tetapi terdapat bentuk lain seperti layanan pesan-antar makanan, hingga tersedianya metode pembayaran yang variatif (Karim et al., 2023). Hal ini yang dinamakan dengan istilah *ride hailing*. *Ride hailing* adalah aktivitas ketika seseorang memesan dan membayar layanan tumpangan dari pengemudi, kegiatan ini dilakukan melalui aplikasi yang menghubungkan antara penumpang dengan pengemudi (Clewlow & Mishra 2017; Pham 2017). Penumpang dalam layanan transportasi ini memiliki kendali dalam menentukan tempat penjemputan dan tujuannya, serta mengetahui tarif yang sudah pasti sebelum perjalanan dimulai. Layanan semacam ini pada umumnya dikelola oleh perusahaan jaringan transportasi (Clewlow & Mishra 2017; Pham 2017).

Ride hailing erat kaitanya dengan *sharing economy* (ekonomi berbagi) suatu istilah yang merujuk bahwa konsumen akan terhubung dengan layanan atau komoditas melalui penggunaan aplikasi *mobile* atau situs web pada

platform digital tertentu (Cockayne, 2016). Prinsip berbagi pada *sharing economy* secara umum diinterpretasikan sebagai ekonomi yang memberdayakan banyak individu, mengubah aset-aset produksi seperti rumah, sepeda motor, atau mobil yang sebelumnya tidak produktif menjadi sumber nilai ekonomi yang dapat dihasilkan, memberikan kesempatan kepada banyak orang untuk meninggalkan pekerjaan yang terikat dengan aturan, jam kerja, dan lokasi kerja tertentu, serta mewujudkan bentuk ekonomi yang memberikan fleksibilitas kerja (Wulansari 2021 dalam Keban et al., 2021).

Banyak pandangan menyatakan bahwa model *sharing economy* pada beberapa *platform* kerja dapat menjadi solusi untuk mencapai pembagian keuntungan yang lebih adil, transparan, dan partisipatif. Namun, pada konteks ojek *online*, *sharing economy* sampai saat ini masih menjadi persoalan terkait bagaimana sebenarnya pembagian kekayaan terjadi apakah benar-benar mewujudkan pembagian yang adil, ataukah hanya menjadi justifikasi untuk menutupi ketidakadilan dalam sistem ekonomi *platform* (Wulansari 2021 dalam Keban et al., 2021)

Layanan jasa transportasi berbasis aplikasi digital (*ride hailing*) telah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari penduduk ibu kota, sejak kemunculannya pada 2010 silam, pasar *ride hailing* terus berkembang di Indonesia secara cepat, terutama layanan pemesanan makanan dan minuman, kurir paket, hingga ojek *online* (Wibisono et al., 2023). Menurut Ketua Umum Asosiasi Pengemudi Ojek Daring Garda Indonesia, Igun Wicaksono, pengemudi ojek *online* telah mencapai 4 juta pekerja di tahun 2020 yang tersebar di seluruh Indonesia, dan seperempat dari jumlah ojek *online* tersebut berada di wilayah Jabodetabek (Damayanti, 2021).

Konsep *ride hailing* yang melibatkan layanan transportasi *on-demand* melalui aplikasi, terkait erat dengan ekonomi *gig*, sebuah aktivitas ekonomi yang melibatkan pekerja paruh waktu atau pekerja mandiri yang melakukan pekerjaannya di bidang pelayanan (Soebandrija, 2021). *Ride hailing* menjadi

bagian integral dari ekonomi *gig* karena para pengemudi dalam *platform ride hailing* seperti Gojek dan Grab dapat bekerja secara fleksibel sesuai dengan keinginan mereka.

Ekonomi *gig* mulai menjadi perbincangan di Indonesia sejak *platform* Gojek hadir pada tahun 2015 lalu (Izzati et al., 2023). Ekonomi *gig* dianggap sebagai model pekerjaan yang akan mendominasi di masa depan karena menawarkan fleksibilitas dan semangat berwirausaha untuk menjadi bos bagi diri sendiri (Izzati et al., 2023).

Ekonomi *gig* timbul lantaran banyak orang cenderung sering berpindah-pindah pekerjaan atau lebih memilih pekerjaan yang cukup fleksibel dalam hal kapan dan di mana mereka bekerja (Soebandrija, 2021). Presiden Republik Indonesia yang ketujuh, Joko Widodo, bahkan memuji ekonomi *gig* seperti jenis Gojek, Grab, dan perusahaan serupa lainnya karena dianggap bisa menopang ekonomi nasional dan telah berkontribusi dalam membuka lapangan kerja di Indonesia (Keban et al., 2021).

Namun, terlepas dari banyaknya jumlah pekerja pada sektor ekonomi *gig*, tidak sejalan dengan keadilan dan kesejahteraan bagi para pekerja (Keban et al., 2021). Sebagian besar pekerja *gig* (pekerja lepas) tergolong di luar hubungan kerja buruh pengusaha tradisional, hubungan kemitraan atau hubungan kerja tanpa kontrak formal (Keban et al., 2021).

Kondisi ini yang memungkinkan bagi perusahaan *platform* membayar pekerja *gig* dengan upah terendah, melalui mekanisme tertentu agar para pengemudi ojek *online* bekerja lebih berat dengan waktu kerja lebih dari delapan jam per hari dan tidak memberikan hak-hak standar bagi pekerja (Keban et al., 2021). Berbagai studi sudah banyak dilakukan untuk membuktikan adanya kondisi kerja dari pekerja *gig* yang rentan, tidak adil, dan eksploitatif, terutama di sektor layanan antarbarang, antarmakanan, dan antarpemumpang (Keban et al., 2021).

Izzati et al., (2023) menyebutkan bahwa hingga saat ini, belum ada data aktual yang tersedia untuk memberikan gambaran yang jelas tentang seberapa besar ekosistem ekonomi *gig* di Indonesia. Hal ini menjadi langkah penting untuk mengembangkan dan mengatur sektor yang potensial ini, sambil memastikan hak dan perlindungan bagi para pekerja (Izzati et al., 2023).

Hal ini yang turut membuat para pekerja *gig* seperti ojek *online* termasuk ke dalam kelompok prekariat. Standing (2011) menyebut bahwa prekariat merupakan kelompok pekerja rentan yang menghadapi tujuh bentuk ketidakamanan terkait ketenagakerjaan yang saling tumpang tindih di antaranya mengenai "ketidakamanan pasar tenaga kerja, ketidakamanan pekerjaan, ketidakamanan pekerjaan, ketidakamanan pekerjaan, ketidakamanan reproduksi keterampilan, ketidakamanan pendapatan, dan ketidakamanan representasi.". Posisi para pekerja ketika berhadapan dengan para pemodal semakin menunjukkan kerentanan, ketidakstabilan, lemah, hingga bergantung kepada kontrak-kontrak kerja sistem jangka pendek (Adhi et al., 2023).

Penilaian Kerja Adil bagi Pengemudi Ojek Online di Gojek, Grab, dan Maxim

Prinsip Kerja Adil	Indikator dalam Kerja Adil	Terpenuhi atau Tidak		
		Gojek	Grab	Maxim
Pembayaran yang Adil	Dibayar minimal sesuai upah minimum atau <i>living wage</i> + biaya sarana produksi yang dikeluarkan pekerja.	Tidak	Tidak	Tidak
Kondisi yang Adil	Adanya kondisi kerja yang melindungi kesehatan dan keselamatan pekerja, serta aman dan nyaman bagi pekerja.	Tidak	Tidak	Tidak
Kontrak Kerja yang Adil	Kontrak benar-benar mencerminkan hubungan kerja, bersifat jelas dan transparan, serta dijalankan. Jika hubungan kemitraan maka bersifat setara.	Tidak	Tidak	Tidak
Manajemen yang Adil	Ada kesetaraan dalam proses manajemen, negosiasi, dan komplain terkait proses kerja.	Tidak	Tidak	Tidak

Representasi yang Adil	Ada kebebasan berserikat serta badan kolektif pekerja yang diakui, dan yang dapat melakukan perwakilan dan perundingan bersama.	Tidak	Tidak	Tidak
------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------	-------	-------

Sumber: diolah dari data lapangan

Gambar 1.4 Penilaian kerja adil bagi pengemudi ojek *online* di Gojek, Grab, Maxim

Sumber : Menyoal Kerja Layak dan Adil dalam Ekonomi *Gig* di Indonesia, 2021

Berdasarkan data hasil penelitian yang merujuk pada buku berjudul “Menyoal Kerja Layak dan Adil dalam Ekonomi *Gig* di Indonesia” dapat dilihat dari sisi kerja-adil sebagaimana yang dikonseptualisasikan oleh Fair Work Foundation, prinsip kerja-adil untuk pengemudi ojol di Gojek, Grab, dan Maxim belum diterapkan. Adapun lima prinsip kerja-adil yaitu dalam hal pembayaran, kondisi, kontrak, manajemen, dan representasi (Keban et al., 2021). Fairwork Foundation merupakan lembaga yang melakukan penelitian mengenai *platform-platform* kerja digital dan kecerdasan buatan (Oxford Internet Institute, 2024). Lembaga tersebut memiliki tujuan agar masa depan dunia kerja dapat mencakup pekerjaan yang lebih layak dan adil dengan menilai beberapa perusahaan di bidang ekonomi digital berdasarkan lima prinsip kerja yang adil (Oxford Internet Institute, 2024). Data dari hasil penelitian tersebut membuktikan bahwa lima hal tersebut tidak dijalankan oleh perusahaan Gojek, Grab, dan Maxim. Dalam hal pembayaran, penghasilan pengemudi ojol masih banyak yang di bawah upah minimum. Pada tabel bagian kontrak kerja, pengemudi ojek *online* diklasifikasikan sebagai “mitra”, akan tetapi tidak mendapatkan haknya sebagai mitra sebagaimana yang diatur dalam UU No 20 Tahun 2008 yaitu hak mengenai kesetaraan, tidak merugikan salah satu pihak, saling menguntungkan, saling membutuhkan, saling mempercayai, dan memperkuat sesama pihak (Keban et al., 2021).

Fletcher (1997) dalam Mahardika et al., (2013), menyebut bahwa kemitraan adalah hubungan yang terjalin antara orang-orang yang terlibat dalam bisnis yang sama dengan tujuan mencapai keuntungan. Kemitraan

melibatkan kerjasama yang saling menguntungkan dengan berbagai macam bentuk kolaborasi untuk mendukung dan memperkuat satu sama lain (Fletcher, 1997 dalam Mahardika et al., 2013).

Walaupun ojek *online* berstatus sebagai mitra, tetapi pada realitanya aplikator bersikap dan memiliki kewenangan penuh sebagai organisasi pemberi kerja. Mulai dari menetapkan tarif layanan, membuat aturan kerja bagi mitra, memberikan sanksi atas perilaku kerja mitra yang dipandang merugikan, hingga memutuskan hubungan kerja secara sepihak dengan mitra yang karenanya menutup akses ojek *online* ke pelanggan dan penghasilan (Keban et al., 2021). Lebih jauh, status ojek *online* sebagai mitra dijadikan sebagai pembenaran untuk tidak memberikan jaminan keamanan kerja formal (Keban et al., 2021).

Dalam konteks hubungan kemitraan antara perusahaan aplikasi transportasi (aplikator) dan mitra ojek *online*, seringkali terlihat bahwa hubungan kerja cenderung bersifat satu arah, pihak aplikator memiliki kendali yang kuat terhadap mitra ojek *online* (Wibisono et al., 2023). Hal ini sering disebabkan oleh sejumlah faktor yang mempengaruhi daya tawar mitra ojek *online* dalam hubungan tersebut. Berdasarkan data Institute for Demographic and Poverty Studies (IDEAS), sebanyak 76,9 persen dari 225 pengemudi yang dilakukan survei, merespon bahwa mereka tidak pernah berinteraksi secara langsung dengan pihak aplikator. Selama menjadi mitra ojek *online*, seluruh interaksi dengan pihak aplikator sepenuhnya hanya melalui aplikasi digital yang cenderung bersifat satu arah.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

LEMAH MITRA, TIMPANG KONTRAK

IDEAS

Dominasi Perusahaan Aplikator Terhadap Mitra Ojek Daring Jabodetabek, 2023



Sumber: Survei IDEAS, 15 April - 14 Mei 2023

Gambar 1.5 Data Survei IDEAS.S

Sumber : Institute for Demographic and Poverty Studies, 2023

Tak hanya persoalan antara mitra dan aplikator, terdapat potongan biaya pada aplikasi yang hampir dikeluhkan semua pengemudi ojek *online* lantaran jumlahnya yang cukup besar, yakni mencapai angka 20%. Sebelumnya, Keputusan Menteri Perhubungan Nomor 667 Tahun 2022 telah menurunkan potongan aplikator (biaya sewa penggunaan aplikasi) menjadi 15% dari sebelumnya 20%. Namun, aturan tersebut diubah kembali melalui Keputusan Menteri Perhubungan Nomor 1001 Tahun 2022 hanya dalam waktu dua bulan setelahnya (Bestari, 2023). Perubahan aturan tersebut mengikuti keinginan perusahaan pemilik aplikasi dan tidak berpihak pada pengemudi ojol. Adanya fenomena demonstrasi para ojek *online* dalam beberapa waktu terakhir yakni pada akhir bulan Agustus 2023, ratusan pengemudi ojek *online* di Yogyakarta yang tergabung dalam Forum Ojol Jogja Bergerak (FOJB) mendatangi Kantor Gubernur DIY untuk melakukan unjuk rasa agar para ojol bisa mendapatkan payung hukum yang jelas (Pertana, 2023).

Koordinator lapangan FOJB, Sapto Paijo mengatakan payung hukum merupakan hal yang penting bagi para mitra. Hal tersebut dilakukan lantaran bukan untuk meminta para mitra ojol menjadi karyawan tetap, tetapi untuk melindungi para ojol dari kesewenang-wenangan aplikator dalam menentukan tarif. Lebih lanjut, menurutnya aplikator memasang tarif “semau hati” dalam layanan antar makanan dan barang. Hal ini menurut Sapto menyengsarakan para ojol.

Kasus serupa terjadi di DKI Jakarta pada 29 Agustus 2023, kumpulan pengemudi ojek *online*, menggelar aksi demonstrasi di Patung Kuda, Kawasan Monas, Jakarta Pusat (Andarningtyas, 2023). Dalam aksi demonstrasi tersebut, dikepalai oleh koalisi pengemudi dari Koalisi Ojol Nasional (KON). Mayoritas massa merupakan pengemudi ojek dengan jaket berwarna kuning, sementara sebagian lagi mengenakan atribut komunitas dengan warna hitam (Andarningtyas, 2023). Sejumlah kecil peserta lainnya memakai atribut berwarna oranye ShopeeFood, serta warna hijau yang merupakan identitas Grab dan Gojek. Para pengemudi ojek *online* yang berjumlah ratusan ini datang dari berbagai daerah, terutama dari wilayah penyangga Jabodetabek. Mereka berkumpul untuk menyuarakan berbagai isu dan tuntutan yang relevan dengan pekerjaan mereka dalam layanan ojek *online* (Andarningtyas, 2023).

Melihat fenomena aksi demonstrasi para ojek *online* baik di Jabodetabek maupun luar Jabodetabek, hal ini menandakan bahwa adanya masalah terkait kesejahteraan ojek *online* yang berstatus sebagai mitra. Penulis tertarik untuk melakukan liputan secara mendalam dan menggunakan *output longform* sebagai *medium* untuk memberikan informasi terkait status kemitraan dalam industri ojek *online* di Indonesia dengan menggunakan perspektif ekonomi *gig* dan *sharing economy*. *Longform journalism* atau jurnalisme bentuk panjang adalah salah satu bentuk pemberitaan yang mengutamakan kedalaman dan komprehensivitas dalam pemaparan suatu topik atau berita (Mariska, 2018). Pada format *longform journalism*, artikel atau laporan yang dihasilkan

memiliki jumlah kata yang jauh lebih banyak daripada berita *hard news* yang biasanya singkat dan langsung ke pokok peristiwa (Mariska, 2018). Artikel *longform* umumnya mencapai ribuan kata, bahkan bisa mencapai puluhan ribu kata, tergantung pada tingkat kesulitan topik yang dibahas.

Longform journalism tidak hanya bertujuan untuk memberikan fakta tentang suatu peristiwa, tetapi juga berusaha untuk memberikan pemahaman yang lebih dalam dan komprehensif kepada para pembaca (Mariska, 2018). Searah dengan teori *longform journalism*, yakni adanya perbedaan dengan format penulisan berita *hard news*, sebuah *indepth reporting* akan ada pertanyaan lebih lanjut tentang bagaimana proses terjadinya suatu atau cerita apa yang ada dibalik peristiwa tertentu (Basuki et al., 2017). Bentuk penulisan berita *longform* lebih mendalam dan panjang, serta disajikan dengan unsur-multimedia yang menarik (Lassila, 2014).

Dalam produksi karya ini, penulis menggunakan konsep ekonomi *gig* sebagai landasan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan mengenai hubungan antara aplikator dengan para pengemudi, serta dampak ekonomi dan sosial dari model bisnis ini. Ekonomi *gig* digunakan sebagai panduan berguna untuk menganalisis berbagai aspek dalam industri ojek *online*, termasuk tantangan yang dihadapi oleh para pengemudi, dan mengenai persoalan apakah di Indonesia akan diterapkan regulasi perihal ekonomi *gig* atau tidak.

Penulis turut menggunakan konsep *sharing economy* untuk mengetahui bagaimana *platform* ojek *online* memfasilitasi pertukaran layanan antara pengguna dan penyedia layanan. Ini mencakup proses pemesanan, tarif, pembayaran, dan layanan pelanggan. Dengan memahami bagaimana model bisnis ini beroperasi, penulis dapat mengidentifikasi tantangan yang dihadapi oleh pengemudi dalam mendapatkan penghasilan yang stabil dan layak.

Selain itu, konsep *sharing economy* juga memungkinkan penulis untuk mempertimbangkan aspek keadilan dan kesetaraan dalam distribusi

keuntungan dan risiko. Apakah pengemudi benar-benar mitra dalam model bisnis ini, ataukah mereka lebih sebagai pekerja yang rentan terhadap eksploitasi. Dengan demikian, dengan membuat skripsi karya *indepth reporting* menggunakan *output longform*, diharapkan memberi perspektif dari segi ekonomi *gig* dan *sharing economy* mengenai status persoalan kemitraan pada ojek *online*.

1.2 Tujuan Karya

Beberapa tujuan penulis untuk mengangkat topik kesejahteraan ojek *online* menggunakan skripsi berbasis karya *indepth reporting* yakni sebagai berikut:

1. Menyuarakan aspirasi dari para mitra ojek *online* terkait permasalahan yang selama ini dialami.
2. Memberi pemahaman tentang status kemitraan dalam konteks ekonomi *gig*.
3. Memberikan pemahaman tentang status kemitraan pada ojek *online* dalam konteks *sharing economy*.

1.3 Kegunaan Karya

Adapun kegunaan skripsi karya dengan tema kesejahteraan pengemudi ojek *online* yakni sebagai berikut:

1. Memberi perspektif lebih dalam kepada para pembaca mengenai pekerja informal, khususnya pada sektor pengemudi ojek *online*
2. Meningkatkan pengetahuan dan kesadaran masyarakat dan pemerintah perihal ekonomi *gig* yang saat ini tengah berkembang di Indonesia.
3. Sebagai sarana untuk menampung aspirasi para pengemudi ojek *online*.