



# Kenaikan Tarif Ojek Online di Mata Pengguna dan Pengemudi

Temuan Survei: 16-24 Agustus 2022

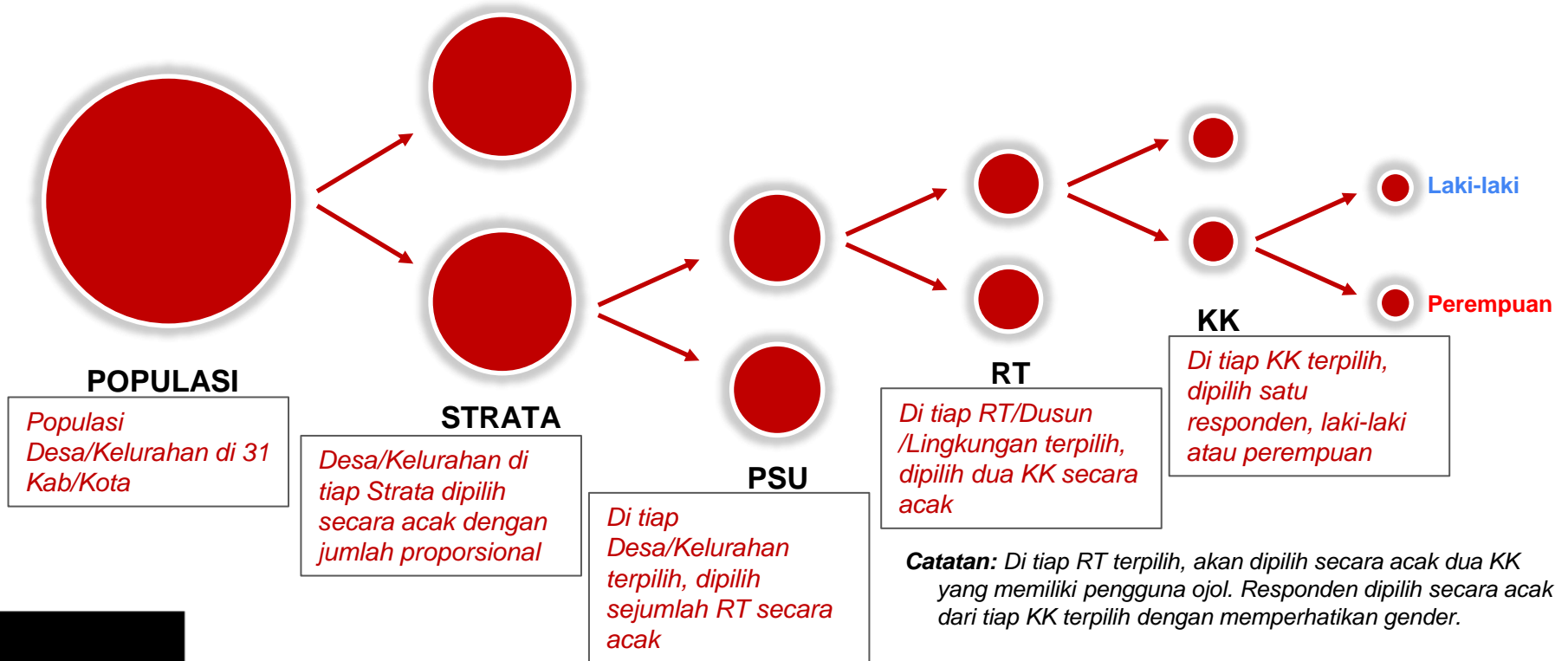
## PENGANTAR

- Pemerintah melalui Kementerian Perhubungan telah resmi menaikkan tarif ojek online yang tertuang dalam Keputusan Menteri Perhubungan Nomor KP 564 Tahun 2022 yang ditetapkan pada tanggal 4 Agustus lalu. Sebagaimana diatur pada KP 564/2022, biaya jasa minimum (tarif dasar per perjalanan) mengalami kenaikan yang cukup tinggi di rentang kisaran 32-50% dibandingkan dengan tarif dasar sebelumnya. Namun kemudian KP 564/2022 diperpanjang masa sosialisasinya untuk mendapat masukan dari berbagai stakeholders.
- Kami melihat ini sebagai kesempatan baik bagi kami melakukan survei untuk membantu memahami persepsi pengguna dan driver terhadap kenaikan tarif ojol serta menganalisa kemungkinan dampaknya.
- Kenaikan tarif kemudian dikonfirmasi tetap diberlakukan mulai 10 September 2022, dengan besaran yang direvisi, menyusul kenaikan harga BBM. Secara garis besar, dalam aturan baru yang berlaku pada tahun ini, terjadi penyesuaian terhadap besaran biaya jasa, sehingga untuk Zona I dan Zona III (non-Jabodetabek) terjadi kenaikan sebesar 6-10 persen untuk biaya jasa batas bawah dan batas atas biaya jasa ojol. Adapun, untuk zona II (wilayah Jabodetabek) terjadi kenaikan biaya batas bawah sebesar 13,33 persen dan batas atas sebesar 6 persen dari KP No. 548/2020.
- Penelusuran lebih lanjut kemungkinan perlu dilakukan, tapi paling tidak temuan survei ini akan menjadi pijakan untuk penelusuran lebih jauh.

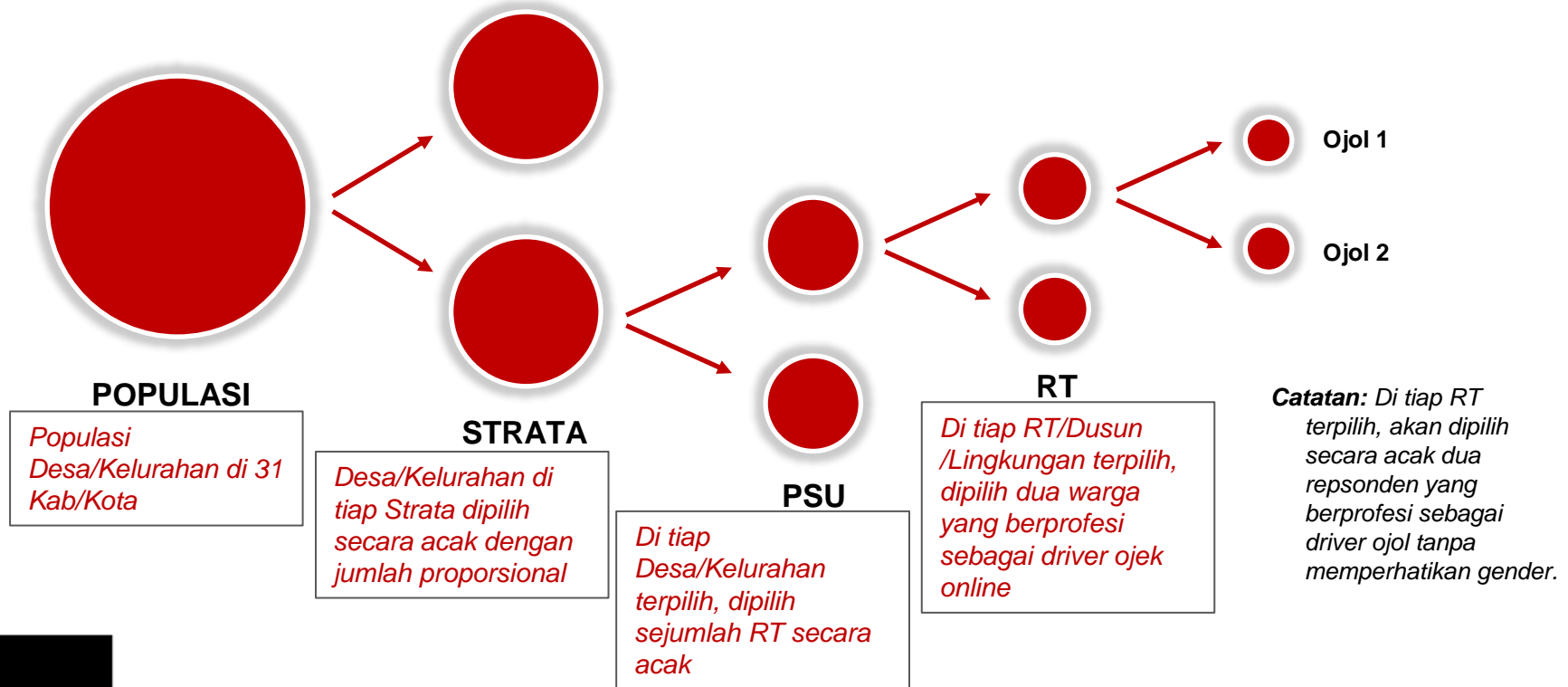
# METODOLOGI

- Populasi survei ini adalah setiap warga yang berumur 17 tahun, atau lebih, atau sudah menikah dan merupakan pengguna ojek online yang pernah bepergian minimal satu hari dalam seminggu terakhir (atau mitra driver) (Go-ride, Grab-Bike, Maxim-Bike, atau ojek online lainnya yang berbasis aplikasi).
- Dari populasi itu dipilih secara random (multistage random sampling) dengan sample basis sebanyak 1030 responden yang tersebar secara proporsional di 31 Kabupaten/Kota, kemudian dilakukan oversample sebanyak 190 responden pada kelompok pengguna rutin Ojek Online (minimal 3 hari seminggu menggunakan Ojek Online), sehingga total sample yang dianalisis sebanyak 1.220 responden. Margin of error dari ukuran sampel basis tersebut sebesar +/- 3.1% pada tingkat kepercayaan 95% (dengan asumsi simple random sampling).
- Sementara sampel mitra driver dipilih secara random (multistage random sampling) sebanyak 810 responden. Margin of error sampel sekitar +/- 3.5% pada tingkat kepercayaan 95% (dengan asumsi simple random sampling).
- Responden terpilih diwawancarai lewat tatap muka oleh pewawancara yang telah dilatih.
- Quality control terhadap hasil wawancara dilakukan secara random sebesar 20% dari masing-masing kelompok sampel oleh supervisor dengan kembali mendatangi responden terpilih (spot check). Dalam quality control tidak ditemukan kesalahan berarti.

# BAGAN PENARIKAN SAMPEL PENGGUNA



# BAGAN PENARIKAN SAMPEL MITRA DRIVER



# KARAKTERISTIK SAMPEL

## DISTRIBUSI SAMPEL

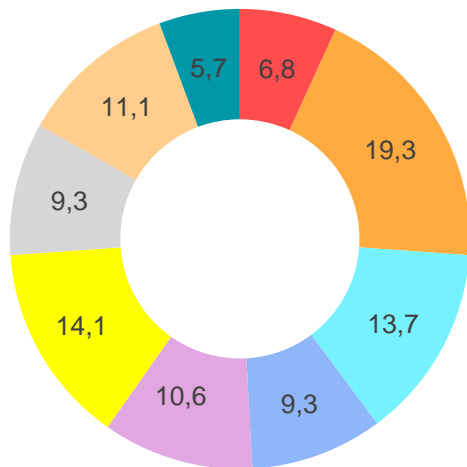
	POPULASI PENGGUNA	SAMPEL PENGGUNA	SAMPEL MITRA DRIVER
WILAYAH			
KOTA MEDAN	4.0%	4.0%	4.8%
KOTA PALEMBANG	2.8%	2.8%	1.7%
JAKARTA SELATAN	4.2%	4.2%	4.3%
JAKARTA TIMUR	5.6%	5.6%	6.0%
JAKARTA PUSAT	2.0%	2.0%	2.7%
JAKARTA BARAT	4.3%	4.3%	4.3%
JAKARTA UTARA	3.1%	3.1%	2.8%
BOGOR	8.6%	8.6%	7.5%
KOTA BOGOR	1.8%	1.8%	1.6%
KOTA DEPOK	3.3%	3.3%	3.0%
TANGERANG	5.3%	5.3%	4.3%
KOTA TANGERANG	3.0%	3.0%	3.1%
KOTA TANGERANG SELATAN	2.4%	2.4%	3.6%
BEKASI	5.1%	5.1%	4.4%
KOTA BEKASI	4.2%	4.2%	3.7%

	POPULASI PENGGUNA	SAMPEL PENGGUNA	SAMPEL MITRA DRIVER
WILAYAH			
BANDUNG	5.9%	5.9%	5.2%
BANDUNG BARAT	3.0%	3.0%	2.8%
KOTA BANDUNG	4.3%	4.3%	3.6%
KOTA CIMAHI	0.9%	0.9%	0.6%
SEMARANG	1.9%	1.9%	2.0%
KOTA SEMARANG	2.9%	2.9%	3.2%
KOTA JOGJA & SEKITAR (SLEMAN, BANTUL)	4.5%	4.5%	5.4%
KOTA SURABAYA & SEKITAR (SIDOARJO, GRESIK)	11.1%	11.1%	11.7%
BADUNG	1.0%	1.0%	0.1%
KOTA DENPASAR	1.2%	1.2%	2.7%
KOTA BALIKPAPAN	1.2%	1.2%	1.5%
KOTA MAKASSAR	2.4%	2.4%	3.1%

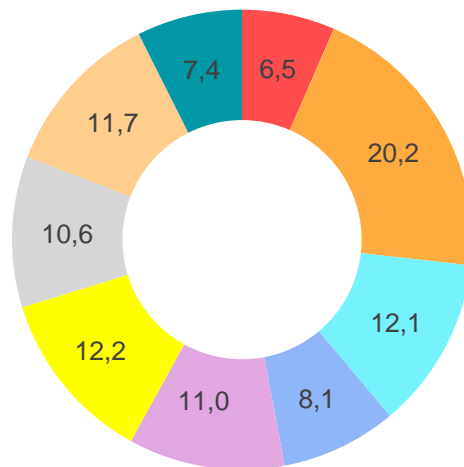
Responden berasal dari 31 wilayah Kota dan Kabupaten dengan asumsi potensi pengguna ojol terbesar, terutama wilayah Perkotaan. Pengguna ojol dan mitra dirver diasumsikan menyebar proporsional (basis data tidak tersedia), sehingga distribusi sampel mengikuti proporsi populasi di masing-masing Kota dan Kabupaten.

## KARAKTERISTIK SAMPEL

PENGGUNA (%)



MITRA DRIVER (%)

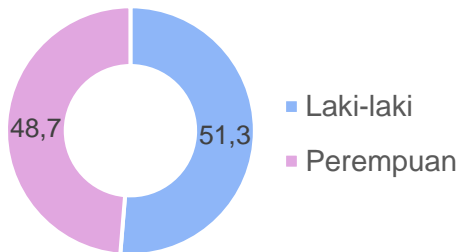


- Medan Palembang
- Jakarta
- Bogor Depok
- Bekasi
- Tangerang
- Bandung
- Semarang Jogja
- Surabaya
- Denpasar, Badung, Balikpapan, Makassar

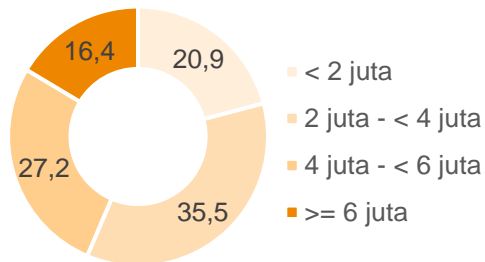


# KARAKTERISTIK PENGGUNA

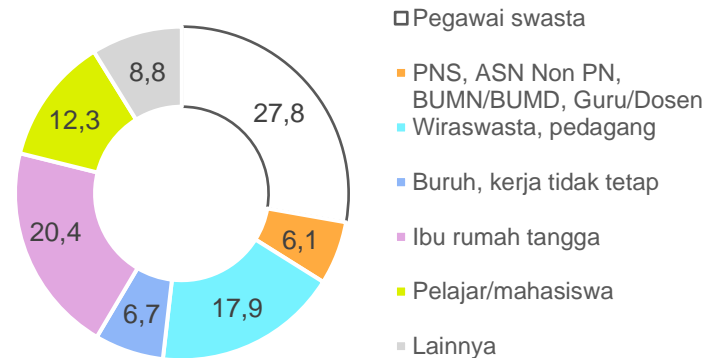
GENDER (%)



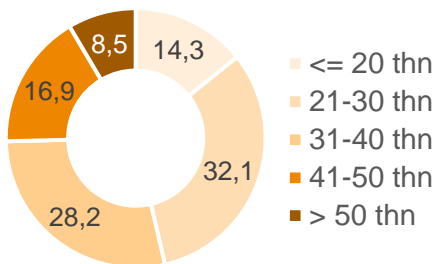
PENDAPATAN (%)



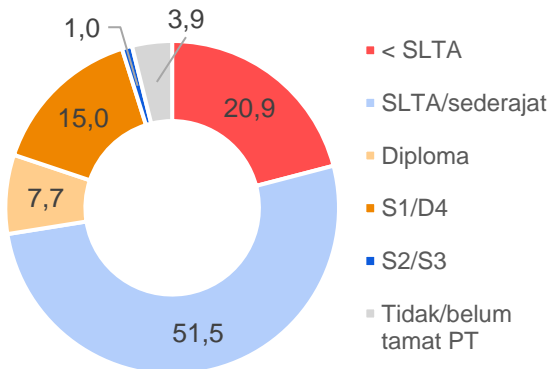
PROFESI (%)



USIA (%)

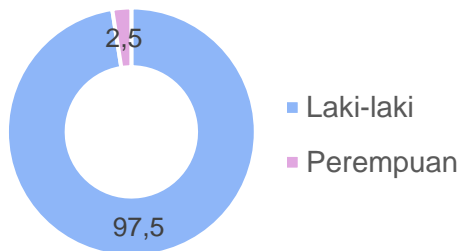


PENDIDIKAN (%)

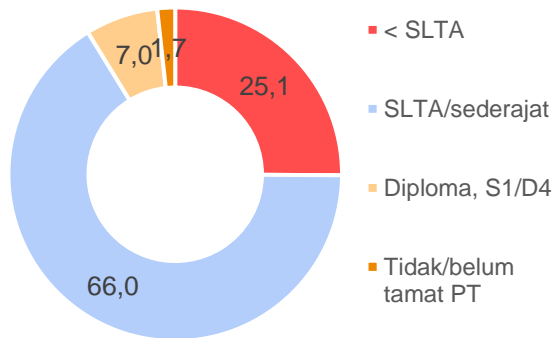


# KARAKTERISTIK MITRA DRIVER

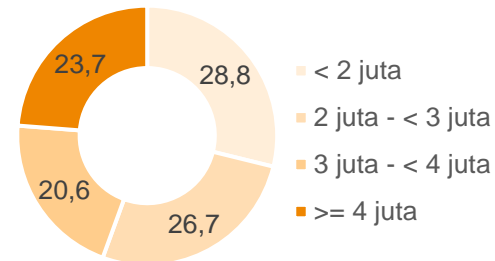
GENDER (%)



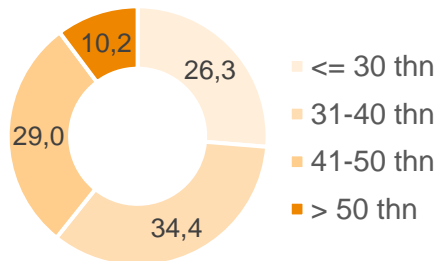
PENDIDIKAN (%)



PENDAPATAN (%)



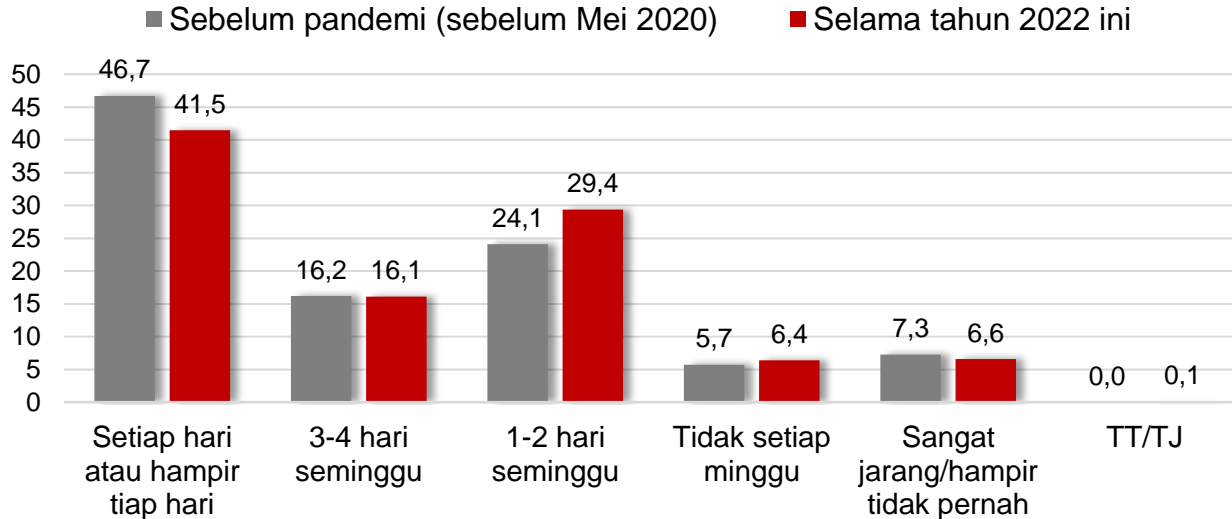
USIA (%)



# MOBILITAS RUTIN [PENGGUNA OJOL]

# INTENSITAS MOBILISASI

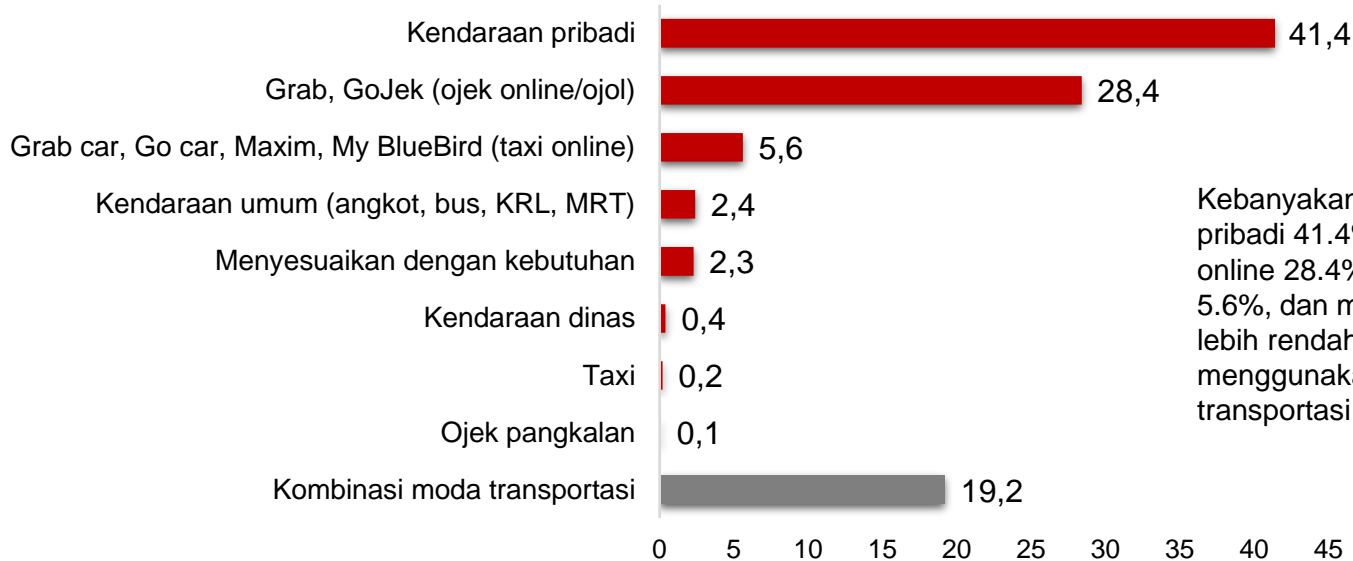
Seberapa sering Ibu/Bapak melakukan perjalanan dalam seminggu? (%) [perjalanan yang dimaksud yaitu dalam rangka kegiatan rutin sehari-hari, pekerjaan, sekolah, belanja ke mall/pasar, mengunjungi famili/teman, dll.]



Jika dibandingkan sebelum pandemi, selama tahun 2022 ini intensitas mobilisasi mengalami sedikit penurunan.

# MODA TRANSPORTASI PALING SERING DIGUNAKAN

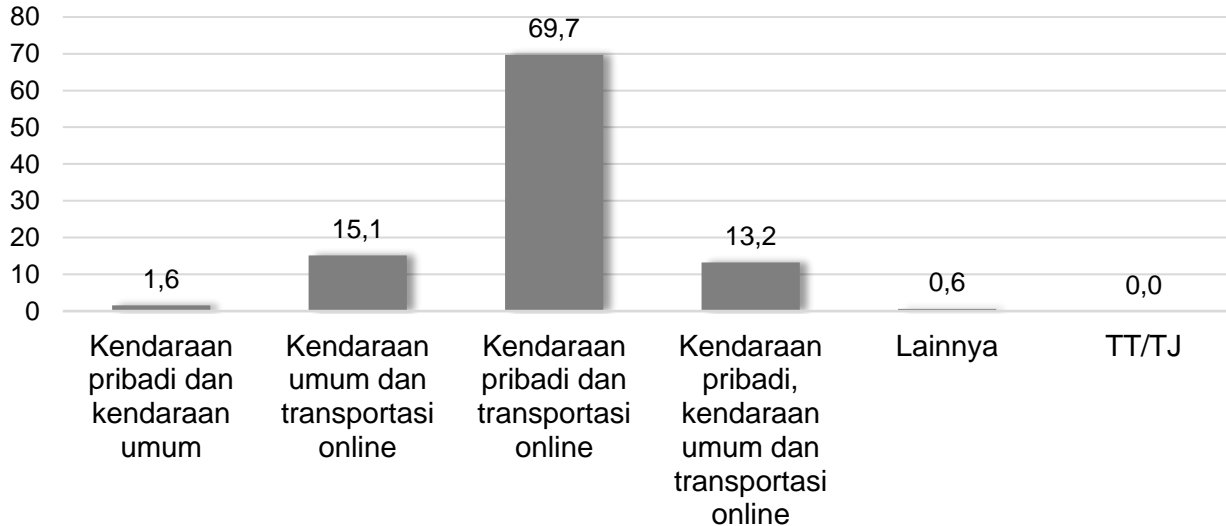
Secara umum, moda transportasi apa yang biasanya/paling sering Ibu/Bapak gunakan dalam mendukung mobilitas/bepergian tersebut? (%)



Kebanyakan menggunakan kendaraan pribadi 41.4%, menggunakan ojek online 28.4%, menggunakan taxi online 5.6%, dan moda transportasi lainnya lebih rendah. Sementara yang menggunakan kombinasi moda transportasi sekitar 19.2%.

# KOMBINASI MODA TRANSPORTASI

Bagaimana kombinasi moda transportasi yang biasanya/lebih sering Ibu/Bapak gunakan dalam mobilitas/bepergian tersebut ke tempat tujuan? (%) **(Base: Menjawab Paling Sering Menggunakan Kombinasi Moda Transportasi Saat Bepergian)**

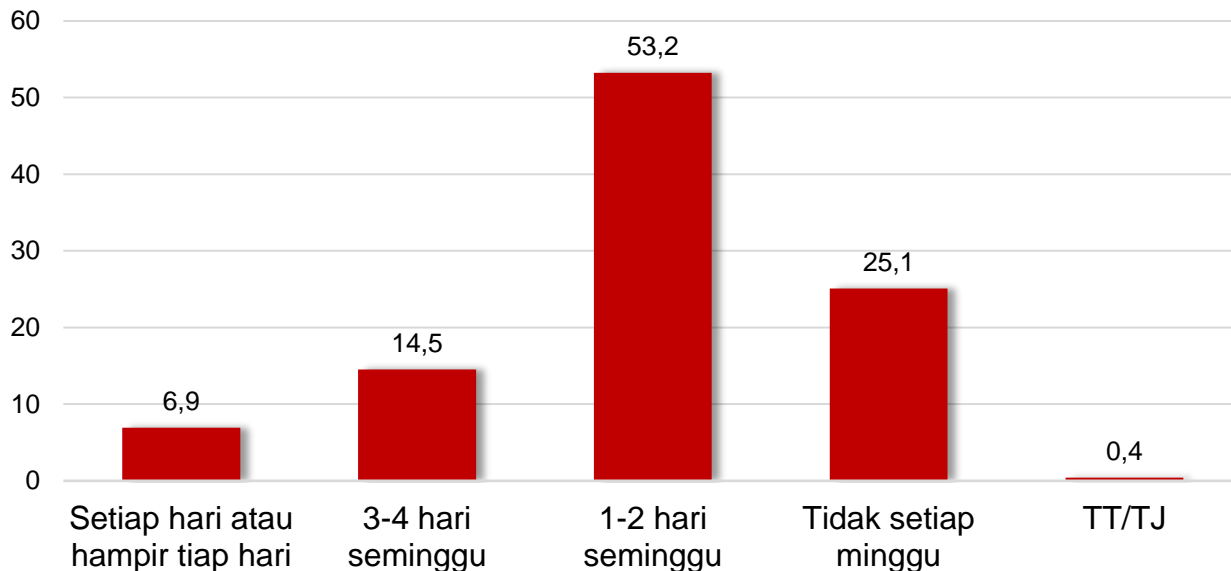


Dari kelompok yang menggunakan kombinasi moda transportasi, mayoritas mengkombinasikan penggunaan kendaraan pribadi dan transportasi online, 69.7%.

# **PENGGUNAAN TRANSPORTASI ONLINE [PENGGUNA OJOL]**

# INTENSITAS MENGGUNAKAN OJOL SEBULAN TERAKHIR

Seberapa sering Ibu/Bapak menggunakan ojek online untuk bepergian/mobilitas dalam satu bulan terakhir? (%)

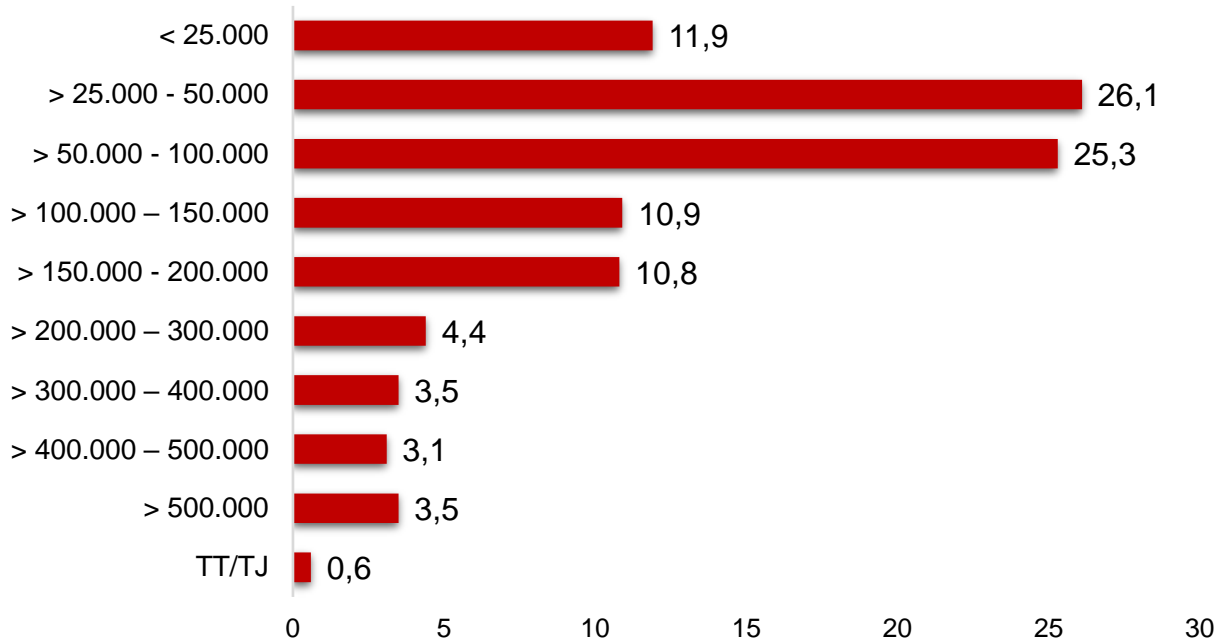


Mayoritas menggunakan ojek online 1-2 hari seminggu, 53.2%, yang setiap hari atau hampir hanya sekitar 6.9%.



# BIAYA MOBILITAS DALAM SEBULAN

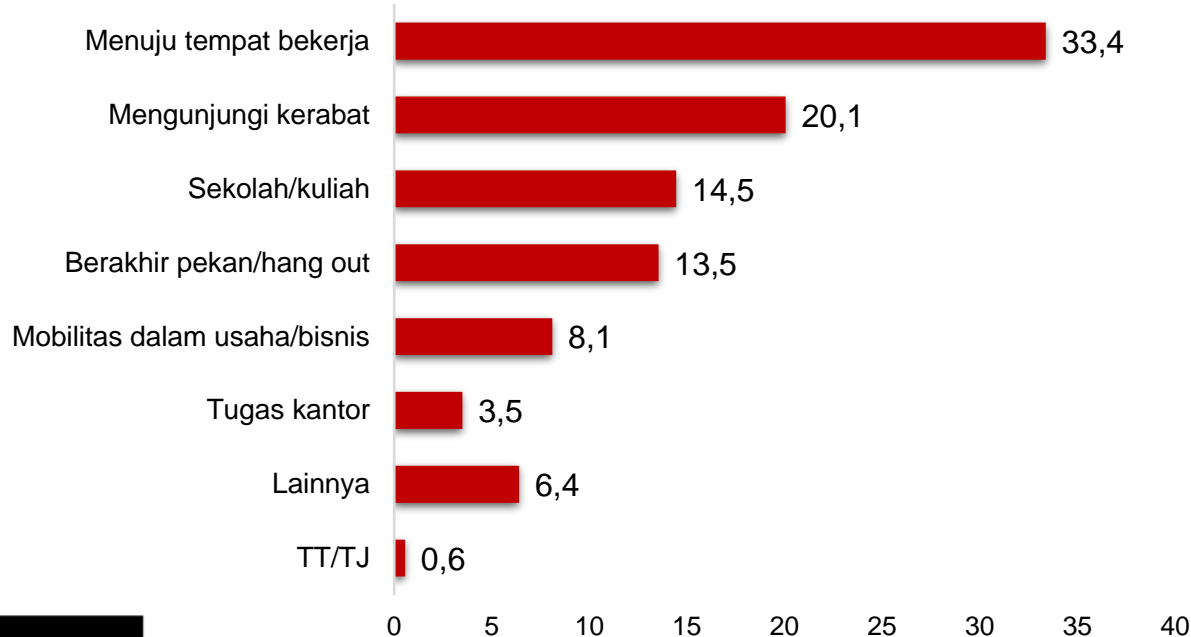
Berapa kisaran biaya yang Ibu/Bapak keluarkan untuk layanan ojek online untuk bepergian/mobilitas dalam sebulan? (%)



Biaya yang dikeluarkan untuk layanan ojek online untuk bepergian/mobilitas dalam sebulan mayoritas di kisaran 25.000-100.000.

# KEPERLUAN PALING SERING MENGGUNAKAN OJOL

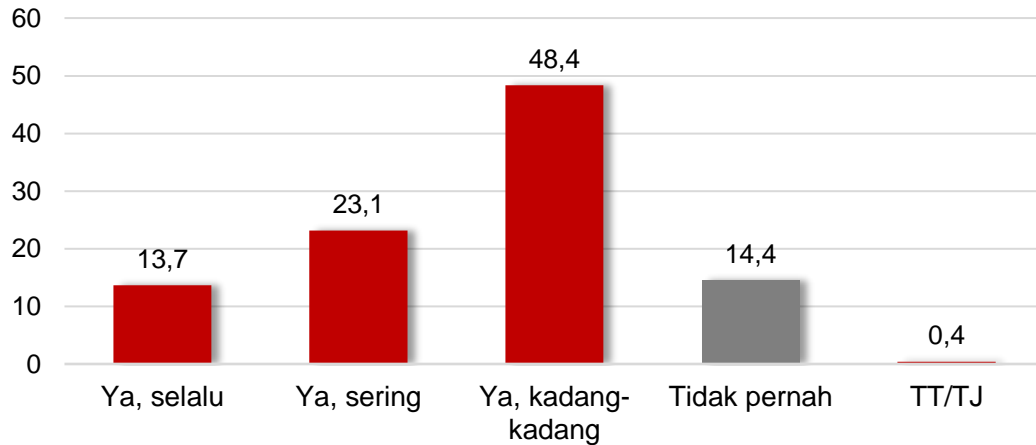
Ketika Ibu/Bapak bepergian, keperluan apa yang paling sering menggunakan ojek online? (%)



Keperluan paling sering menggunakan ojek online untuk menuju tempat bekerja 33.4%, kemudian mengunjungi kerabat 20.1%, sekolah 14.5%, *hang out* 13.5%, sementara untuk kegiatan lainnya lebih rendah.

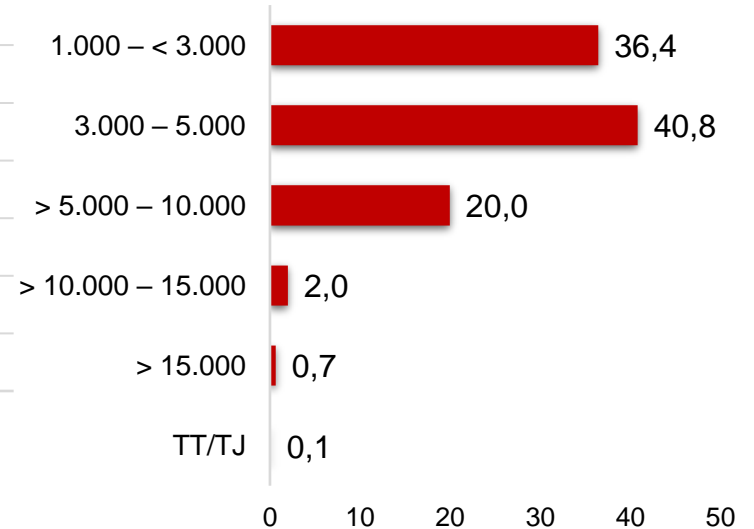
# TIPS UNTUK PENGEMUDI

Apakah Ibu/Bapak biasanya memberikan tips kepada mitra pengemudi? (%)



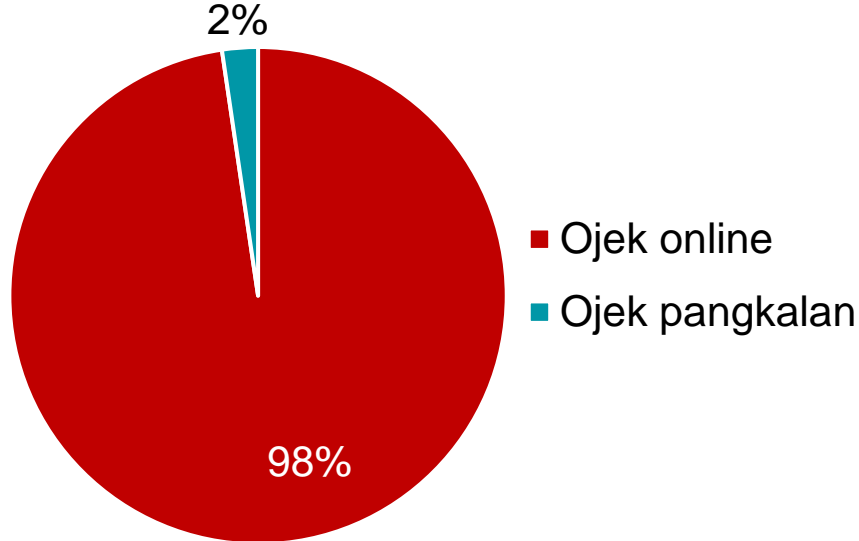
Mayoritas pernah memberi tips, kebanyakan dikisaran 3.000-5.000 rupiah.

Berapa jumlah tips yang Ibu/Bapak berikan? (%)  
(Base: Pernah Memberi Tips)



# JIKA PERLU OJEK, PILIH OJEK ONLINE/OJEK PANGKALAN?

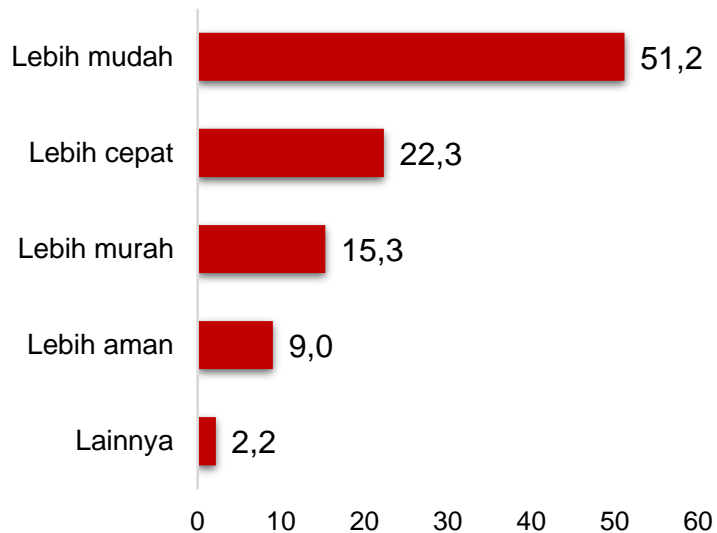
Ketika Ibu/Bapak memerlukan ojek, secara umum apakah Ibu/Bapak akan lebih memilih ojek online atau ojek pangkalan? (%)



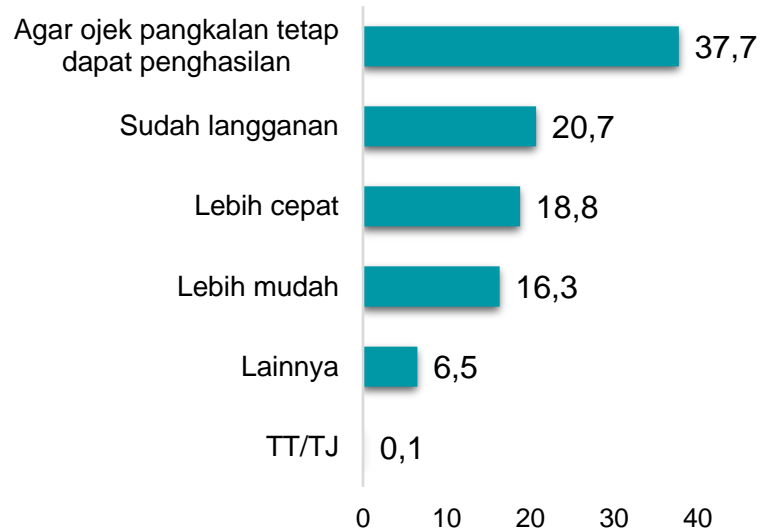
Hampir semua memilih ojek online, hanya 2% yang memilih ojek pangkalan.

# ALASAN MEMILIH

Alasan Memilih Ojek Online (%)

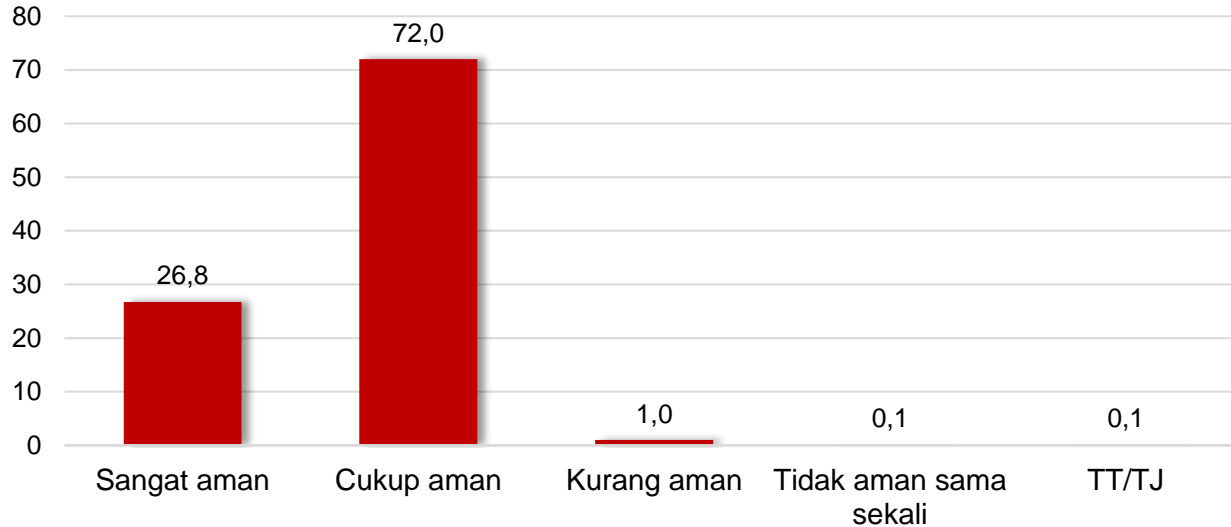


Alasan Memilih Ojek Pangkalan (%)



# KEAMANAN BERKENDARA DENGAN OJEK ONLINE

Secara umum seberapa aman Ibu/Bapak rasakan ketika berkendara menggunakan jasa ojek online? (%)

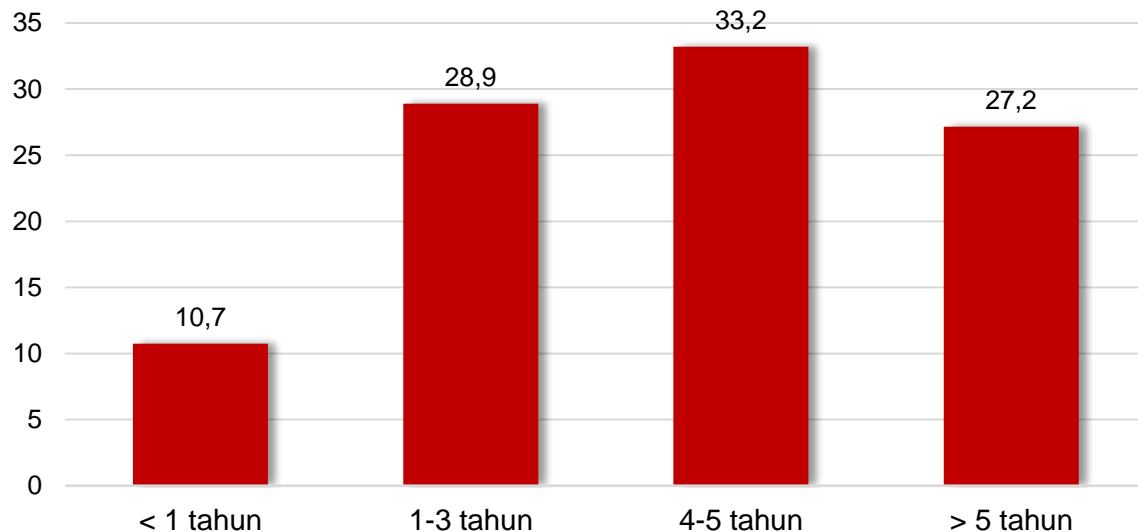


Mayoritas atau hampir semua (98,8%) merasa sangat/cukup aman ketika berkendara menggunakan jasa ojek online.

# **PROFESI OJEK ONLINE [MITRA DRIVER]**

# LAMA BEKERJA SEBAGAI OJOL

Sudah berapa lama Ibu/Bapak menjalani pekerjaan ini? (%)

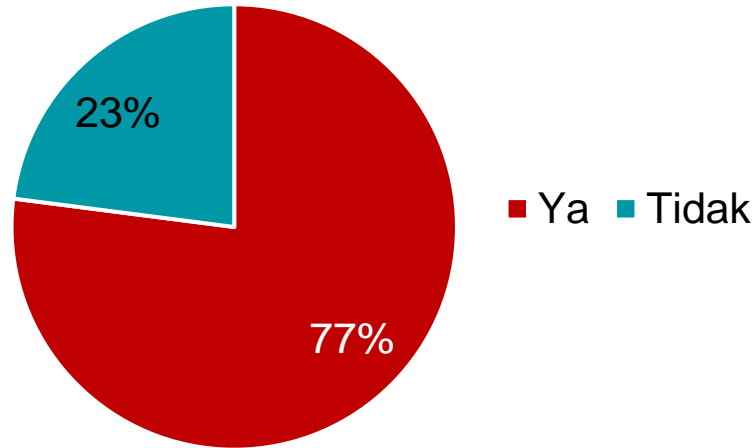


Mayoritas sudah bekerja sebagai Ojol lebih dari 3 tahun.



# MITRA PENGEMUDI SEBAGAI SUMBER PENGHASILAN UTAMA?

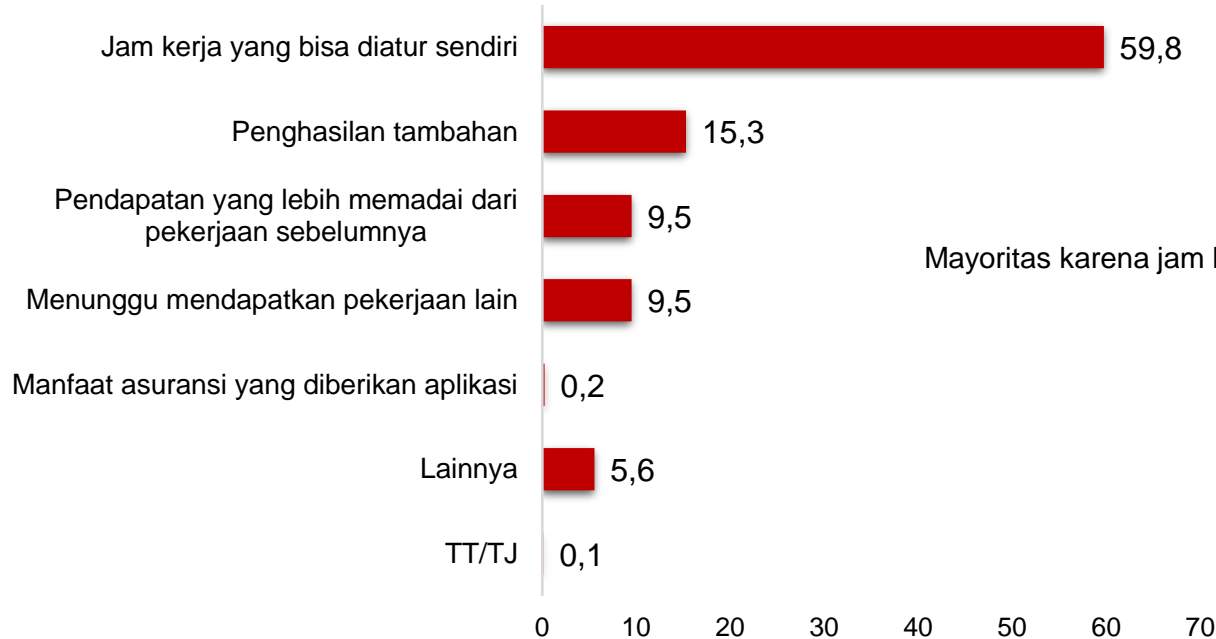
Apakah menjadi mitra pengemudi/pengantaran merupakan sumber penghasilan utama Ibu/Bapak? (%)



Profesi sebagai mitra pengemudi/pengantaran merupakan sumber penghasilan utama sebagai mitra driver, 77%.

# ALASAN MENJADI MITRA DRIVER APLIKASI ONLINE

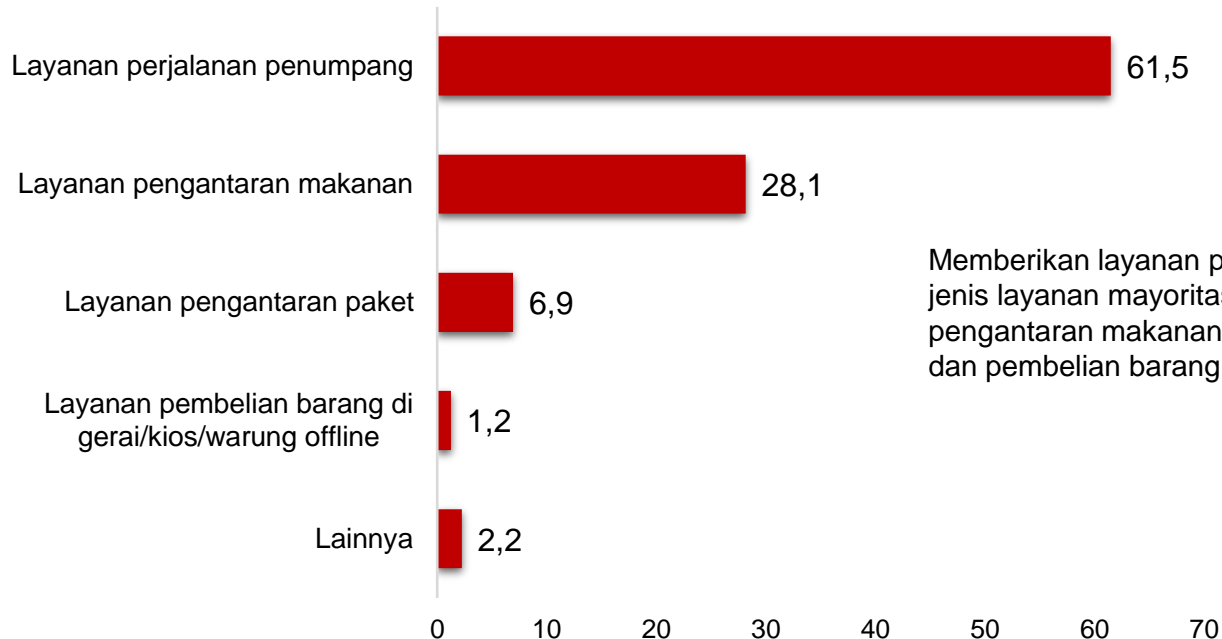
Apa yang mendorong Ibu/Bapak menekuni pekerjaan sebagai mitra pengemudi di aplikasi online? (%)



Mayoritas karena jam kerja yang fleksibel, 59.8%.

# JENIS LAYANAN YANG PALING SERING DILAKUKAN

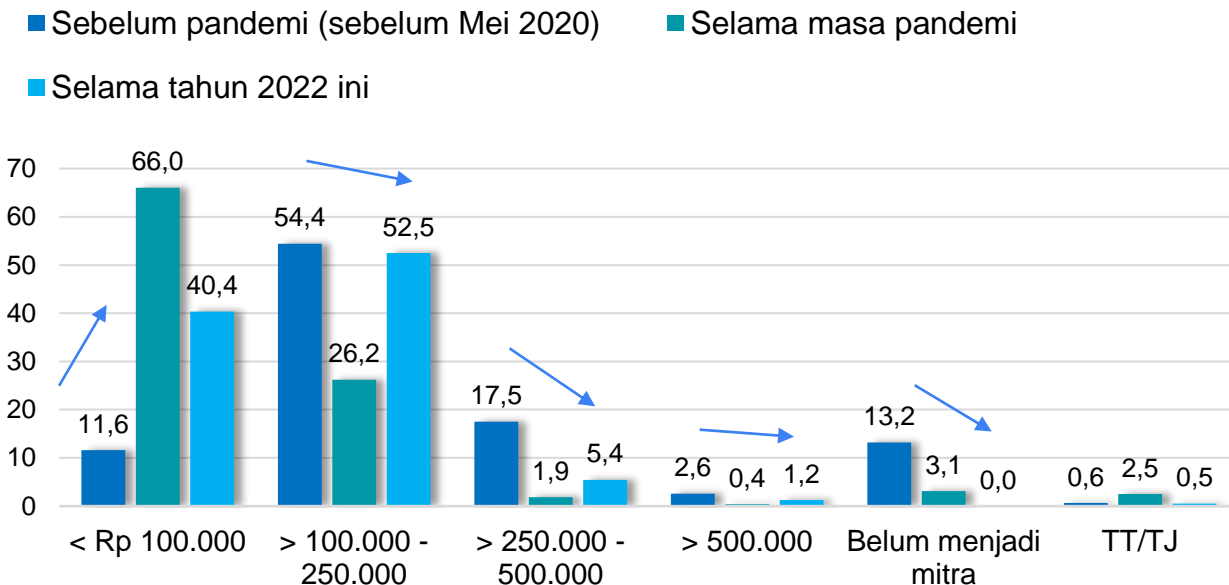
Jenis layanan apa yang paling sering Ibu/Bapak lakukan? (%)



Memberikan layanan perjalanan penumpang merupakan jenis layanan mayoritas mitra, 61.5%. Kemudian layanan pengantaran makanan 28.1%, pengantaran paket 6.9%, dan pembelian barang 1.2%.

# PENGHASILAN MENJADI MITRA DALAM SATU HARI

Berapa banyak penghasilan yang didapatkan dengan menjadi mitra pengemudi/pengiriman dalam satu hari? (%)



Pandemi sangat mempengaruhi penghasilan driver ojol.

Sebelum pandemi, mayoritas mitra ojol berpenghasilan antara 100.000 – 250.000 per hari.

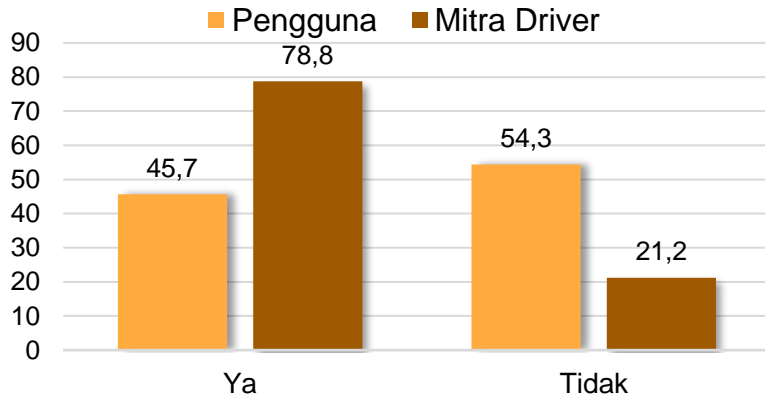
Saat pandemi, mayoritas berpenghasilan kurang dari 100 ribu per hari, 66%.

Selama tahun 2022 ini, penghasilan mitra driver mulai membaik, mayoritas di kisaran yang sama dengan sebelum pandemi. Tapi ada sekitar 40% masih berada di range terendah.

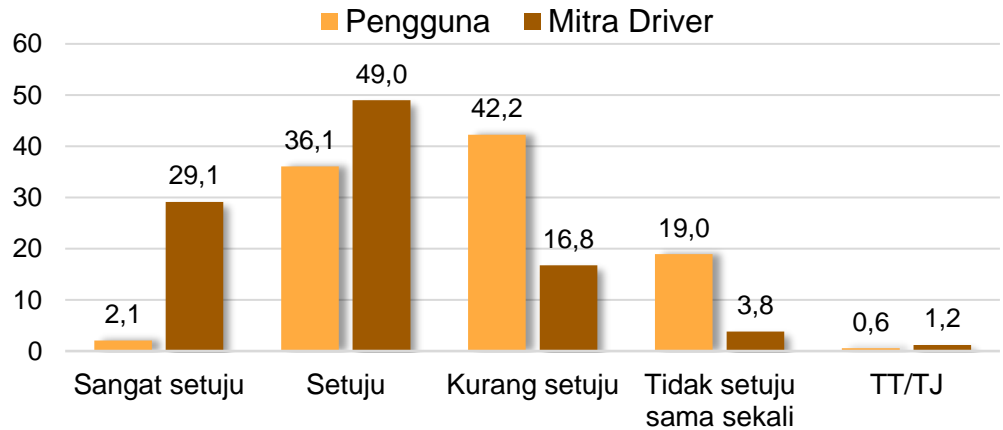
# TARIF TRANSPORTASI ONLINE [PENGGUNA & MITRA]

# KENAIKAN TARIF OJEK ONLINE

Apakah Ibu/Bapak tahu atau pernah dengar tentang kenaikan tarif ojek online yang belum lama ditetapkan pemerintah? (%)



Pemerintah menetapkan tarif dasar per perjalanan naik 45% atau sekitar Rp. 4.000,- bagi layanan ojek online. Seberapa setuju Ibu/Bapak dengan kebijakan pemerintah tersebut? (%)



Awareness pengguna lebih rendah ketimbang mitra, 45.7% Vs 78.8%. Pemerintah menetapkan tarif dasar per perjalanan naik 45% atau sekitar Rp. 4.000,- bagi layanan ojek online, persetujuan kelompok pengguna lebih rendah ketimbang mitra, sekitar 61.2% pengguna kurang/tidak setuju, sementara sekitar 78.1% kelompok mitra setuju/sangat setuju.

# KENAIKAN TARIF OJEK ONLINE MENURUT DEMOGRAFI, WILAYAH & INTENSITAS PENGGUNAAN

	Base	Ya, tahu	Setuju/sangat setuju	Kurang/tidak setuju	TT/TJ
<b>GENDER</b>					
Laki-laki	51.3	47.1	45.4	54.4	.3
Perempuan	48.7	44.2	30.7	68.4	.9
<b>USIA</b>					
<= 20 thn	14.3	38.3	37.0	61.9	1.1
21-30 thn	32.1	46.2	39.3	60.7	0.0
31-40 thn	28.2	46.3	39.1	60.9	0.0
41-50 thn	16.9	49.8	36.9	63.1	0.0
> 50 thn	8.5	45.7	35.8	59.1	5.0
<b>PENDIDIKAN</b>					
< SLTA	20.9	33.9	40.9	58.2	.9
SLTA/ sederajat	51.5	44.2	38.0	61.5	.6
Diploma	7.7	58.5	35.0	65.0	0.0
S1/D4	15.0	60.7	38.0	61.3	.7
S1/S2	1.0	55.1	42.0	58.0	0.0
Tidak/belum tamat PT	3.9	42.5	32.9	67.1	0.0

Awareness sedikit lebih tinggi pada kelompok laki-laki, usia 21-50 tahun, pendidikan level universitas.

Mayoritas kurang/tidak setuju dengan kebijakan pemerintah menaikkan tarif ojek online.

# KENAIKAN TARIF OJEK ONLINE MENURUT DEMOGRAFI, WILAYAH & INTENSITAS PENGGUNAAN

	Base	Ya, tahu	Setuju/sangat setuju	Kurang/tidak setuju	TT/TJ
<b>PROFESI</b>					
Pegawai swasta	27.8	51.4	38.0	62.0	0.0
PNS, ASN Non PN, BUMN/BUMD, Guru/Dosen	6.1	53.9	31.6	68.4	0.0
Wiraswasta, pedagang	17.9	46.4	45.5	52.7	1.9
Buruh, kerja tidak tetap	6.7	40.1	42.1	57.9	0.0
Ibu rumah tangga	20.4	42.0	31.3	67.9	.7
Pelajar/mahasiswa	12.3	43.0	35.8	64.2	0.0
Lainnya	8.8	36.6	45.0	53.8	1.1
<b>PENDAPATAN</b>					
< 2 juta	20.9	40.1	38.3	60.4	1.3
2 juta - < 4 juta	35.5	40.8	39.5	60.5	0.0
4 juta - < 6 juta	27.2	50.4	37.4	62.1	.5
>= 6 juta	16.4	55.3	36.7	62.2	1.0

Awareness terutama lebih tinggi pada kelompok pegawai baik swasta maupun pemerintah, dan kelompok pendapatan 4 juta ke atas.

Mayoritas kurang/tidak setuju dengan kebijakan pemerintah menaikkan tarif ojek online.



# KENAIKAN TARIF OJEK ONLINE MENURUT DEMOGRAFI, WILAYAH & INTENSITAS PENGGUNAAN

	Base	Ya, tahu	Setuju/sangat setuju	Kurang/tidak setuju	TT/TJ
<b>WILAYAH</b>					
Medan Palembang	6.8	40.0	21.2	78.8	0.0
Jakarta	19.3	54.1	37.6	61.6	.7
Bogor Depok	13.7	45.8	40.4	59.6	0.0
Bekasi	9.3	42.4	41.4	58.6	0.0
Tangerang	10.6	48.5	34.3	65.1	.6
Bandung	14.1	46.7	37.3	61.3	1.4
Semarang Jogja	9.3	42.3	39.0	61.0	0.0
Surabaya	11.1	46.9	49.4	49.8	.8
Denpasar, Badung, Balikpapan, Makassar	5.7	24.1	36.4	61.9	1.7

Awareness terutama lebih tinggi pada pengguna di wilayah Jakarta, Tangerang raya, Bandung raya dan Surabaya raya.

Mayoritas kurang/tidak setuju dengan kebijakan pemerintah menaikkan tarif ojek online, kecuali wilayah Surabaya raya.

# KENAIKAN TARIF OJEK ONLINE MENURUT DEMOGRAFI, WILAYAH & INTENSITAS PENGGUNAAN

	Base	Ya, tahu	Setuju/sangat setuju	Kurang/tidak setuju	TT/TJ
<b>FREKUENSI MENGGUNAKAN OJOL SEBULAN TERAKHIR</b>					
Minimal 3 hari seminggu	21.4	50.7	32.7	66.8	.5
Minimal 1 hari seminggu	53.2	45.1	37.8	61.7	.5
Tidak tiap minggu	25.1	43.1	43.7	55.5	.8
TT/TJ	.4	0.0	47.8	52.2	0.0

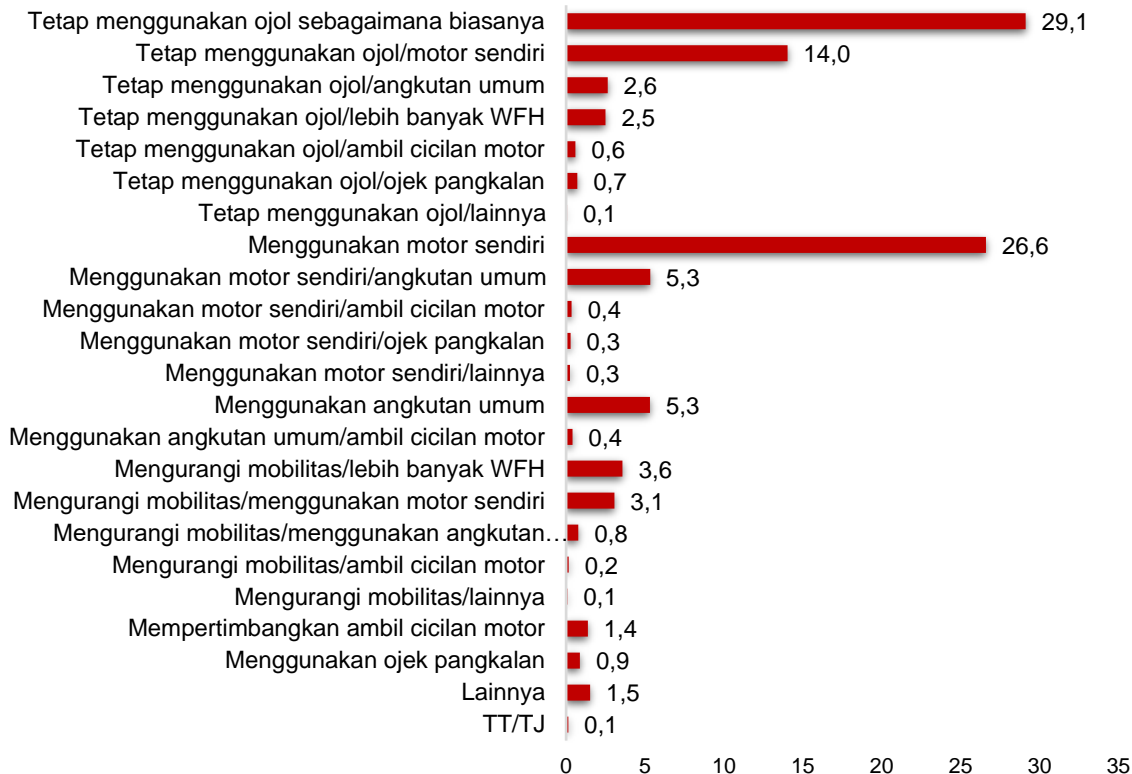
Awareness terutama lebih tinggi pada kelompok pengguna yang semakin intens menggunakan ojol.

Mayoritas kurang/tidak setuju dengan kebijakan pemerintah menaikkan tarif ojek online, terutama pengguna yang semakin intens.

## RESPONS PENGGUNA ATAS KENAIKAN TARIF OJEK ONLINE

Kenaikan harga tersebut tentu akan memunculkan respon yang beragam dari penggunanya. Bagaimana dengan Ibu/Bapak sendiri, di antara kemungkinan-kemungkinan berikut, tolong Ibu/Bapak pilih dua kemungkinan paling besar yang menunjukkan sikap Ibu/Bapak atas kenaikan tarif ojek online tersebut? (maksimal dua jawaban) (%)

Jika kenaikan tarif ojol diberlakukan, opsi utama sebagai respon pengguna yaitu tetap menggunakan ojol sebagaimana biasanya 29.1%, menggunakan motor sendiri 26.6%, antara menggunakan ojol/motor sendiri 14%, menggunakan motor sendiri/angkutan umum 5.3%, atau menggunakan angkutan umum 5.3%. Total 80.4%. Selebihnya opsi lain, masing-masing kurang dari 4%.



# TOP 5 RESPONS ATAS KENAIKAN TARIF OJEK ONLINE MENURUT DEMOGRAFI, WILAYAH & INTENSITAS PENGGUNAAN

Kelompok laki-laki, usia lebih muda, kalangan pegawai pemerintahan, guru/dosen dan pelajar/mahasiswa cenderung menggunakan motor pribadi jika tarif ojol dinaikkan.

Sementara kelompok perempuan, usia lebih tua, kalangan wiraswasta, ibu rumah tangga dan profesi lainnya, cenderung lebih banyak tetap menggunakan ojol.

	Base	Ojol	Ojol/motor sendiri	Motor sendiri	Motor sendiri/ angkutan umum	Angkutan umum	Opsi lain	TT/TJ
<b>GENDER</b>								
Laki-laki	51.3	28.8	14.3	31.1	4.6	4.2	16.9	.1
Perempuan	48.7	29.5	13.7	21.9	6.1	6.5	22.0	.2
<b>USIA</b>								
<= 20 thn	14.3	23.2	13.2	31.0	6.2	8.5	17.6	.3
21-30 thn	32.1	29.5	17.0	29.0	4.4	4.6	15.1	.3
31-40 thn	28.2	30.7	12.1	23.7	6.2	3.1	24.2	0.0
41-50 thn	16.9	29.2	12.0	25.6	5.2	6.5	21.5	0.0
> 50 thn	8.5	32.2	14.7	22.1	4.6	7.6	18.7	0.0
<b>PROFESI</b>								
Pegawai swasta	27.8	27.1	14.7	26.6	5.4	5.8	20.4	0.0
PNS, ASN Non PN, BUMN/BUMD, Guru/Dosen	6.1	27.9	18.3	32.4	3.0	1.0	17.4	0.0
Wiraswasta, pedagang	17.9	32.6	12.0	26.2	5.5	2.4	21.2	0.0
Buruh, kerja tidak tetap	6.7	24.2	16.4	23.7	3.6	9.2	23.0	0.0
Ibu rumah tangga	20.4	33.0	14.6	23.2	4.8	5.1	18.8	.5
Pelajar/mahasiswa	12.3	23.0	12.8	32.4	6.2	8.7	16.5	.4
Lainnya	8.8	32.8	11.7	25.6	7.7	5.6	16.6	0.0

# TOP 5 RESPONS ATAS KENAIKAN TARIF OJEK ONLINE MENURUT DEMOGRAFI, WILAYAH & INTENSITAS PENGGUNAAN

Kelas menengah bawah cenderung akan menggunakan motor pribadi, sementara kelas menengah atas lebih banyak yang tetap menggunakan ojol.

Menurut pendidikan tidak tampak pola tertentu.

	Base	Ojol	Ojol/motor sendiri	Motor sendiri	Motor sendiri/ angkutan umum	Angkutan umum	Opsi lain	TT/TJ
<b>PENDIDIKAN</b>								
< SLTA	20.9	31.6	10.8	24.1	5.3	7.0	21.0	.2
SLTA/ sederajat	51.5	28.8	14.5	27.4	5.8	5.1	18.5	0.0
Diploma	7.7	32.3	12.9	25.5	2.7	6.0	20.6	0.0
S1/D4	15.0	26.9	15.7	29.4	4.0	4.2	19.1	.7
S1/S2	1.0	43.4	22.0	15.4	8.9	0.0	10.3	0.0
Tidak/belum tamat PT	3.9	19.4	18.4	23.7	9.7	4.4	24.4	0.0
<b>PENDAPATAN</b>								
< 2 juta	20.9	25.1	11.6	27.9	4.4	9.1	21.9	0.0
2 juta - < 4 juta	35.5	27.1	13.8	30.0	5.0	5.0	19.1	.1
4 juta - < 6 juta	27.2	34.0	15.4	23.4	5.5	4.1	17.6	0.0
>= 6 juta	16.4	30.7	15.5	23.0	7.0	3.4	19.9	.6

# TOP 5 RESPONS ATAS KENAIKAN TARIF OJEK ONLINE MENURUT DEMOGRAFI, WILAYAH & INTENSITAS PENGGUNAAN

Wilayah Jabodebek dan luar Jawa dan Sumatera cenderung tetap menggunakan ojol.

Medan Palembang dan Surabaya cenderung menggunakan motor pribadi.

Sementara Tangerang dan Semarang Jogja yang memilih opsi kombinasi antara ojol dan motor pribadi lebih banyak.

	Base	Ojol	Ojol/motor sendiri	Motor sendiri	Motor sendiri/ angkutan umum	Angkutan umum	Opsi lain	TT/TJ
<b>WILAYAH</b>								
Medan Palembang	6.8	16.9	6.1	36.1	11.0	9.2	20.7	0.0
Jakarta	19.3	34.5	11.3	25.3	3.1	7.7	17.8	.2
Bogor Depok	13.7	30.1	14.7	21.0	6.9	7.0	20.3	0.0
Bekasi	9.3	32.5	9.7	22.0	5.3	2.6	26.9	1.1
Tangerang	10.6	22.7	26.7	22.9	7.3	3.0	17.4	0.0
Bandung	14.1	26.8	9.6	26.3	7.0	7.2	23.0	0.0
Semarang Jogja	9.3	18.8	26.4	29.1	5.5	2.2	17.9	0.0
Surabaya	11.1	28.4	13.5	41.2	2.4	0.0	14.4	0.0
Denpasar, Badung, Balikpapan, Makassar	5.7	53.9	6.2	15.6	0.0	8.1	16.2	0.0

# TOP 5 RESPONS ATAS KENAIKAN TARIF OJEK ONLINE MENURUT DEMOGRAFI, WILAYAH & INTENSITAS PENGGUNAAN

Semakin tinggi frekuensi penggunaan ojol maka opsi tetap menggunakan ojol semakin tinggi.

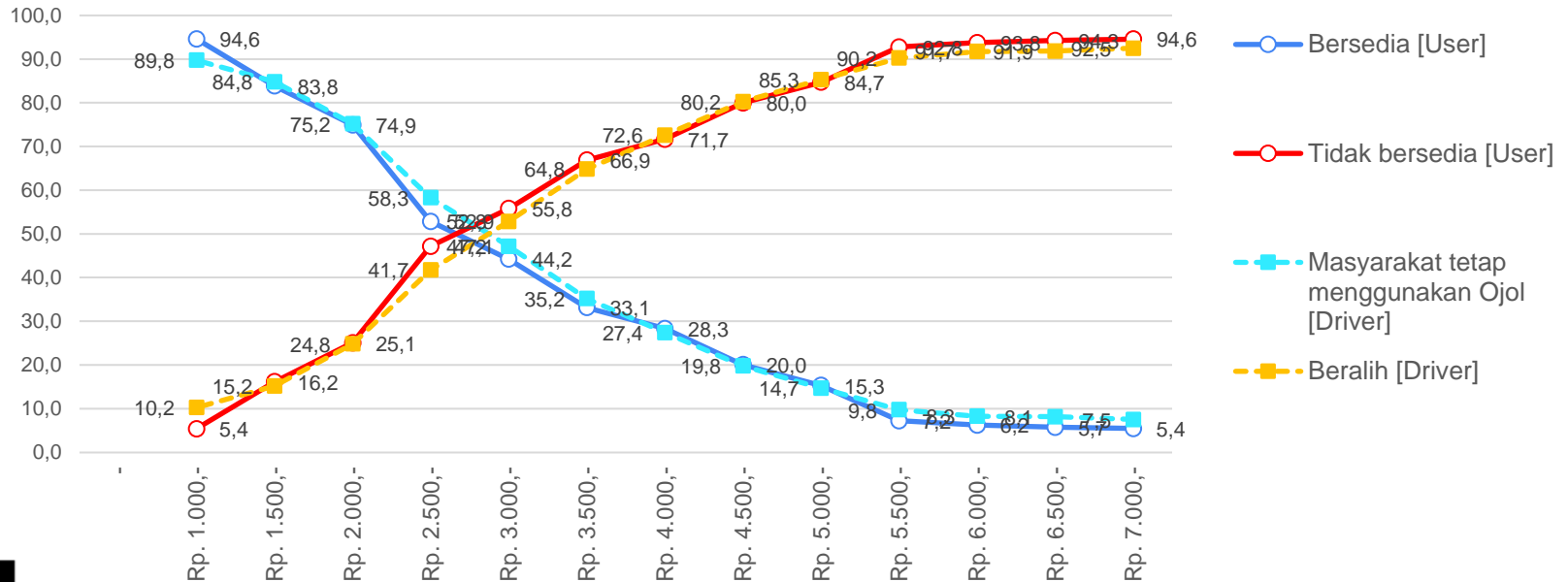
Sementara semakin rendah frekuensi penggunaan maka opsi menggunakan motor pribadi semakin tinggi.

	Base	Ojol	Ojol/motor sendiri	Motor sendiri	Motor sendiri/ angkutan umum	Angkutan umum	Opsi lain	TT/TJ
<b>FREKUENSI MENGGUNAKAN OJOL SEBULAN TERAKHIR</b>								
Minimal 3 hari seminggu	21.4	36.9	12.3	15.9	4.6	5.5	24.5	.2
Minimal 1 hari seminggu	53.2	27.8	14.5	26.1	5.3	6.0	20.3	0.0
Tidak tiap minggu	25.1	24.8	14.8	36.8	6.0	3.7	13.4	.4
TT/TJ	.4	71.7	0.0	28.3	0.0	0.0	0.0	0.0

# WTP PENGGUNA Vs EKSPEKTASI MITRA DRIVER

**[PENGGUNA]** Jika kenaikan tarif ojek online harus tetap diberlakukan, pada sejumlah tingkat kenaikan per perjalanan berikut, apakah Ibu/Bapak bersedia dengan kenaikan tarif sehingga Ibu/Bapak tetap menggunakan ojek online sebagaimana sebelum terjadi kenaikan? (%)

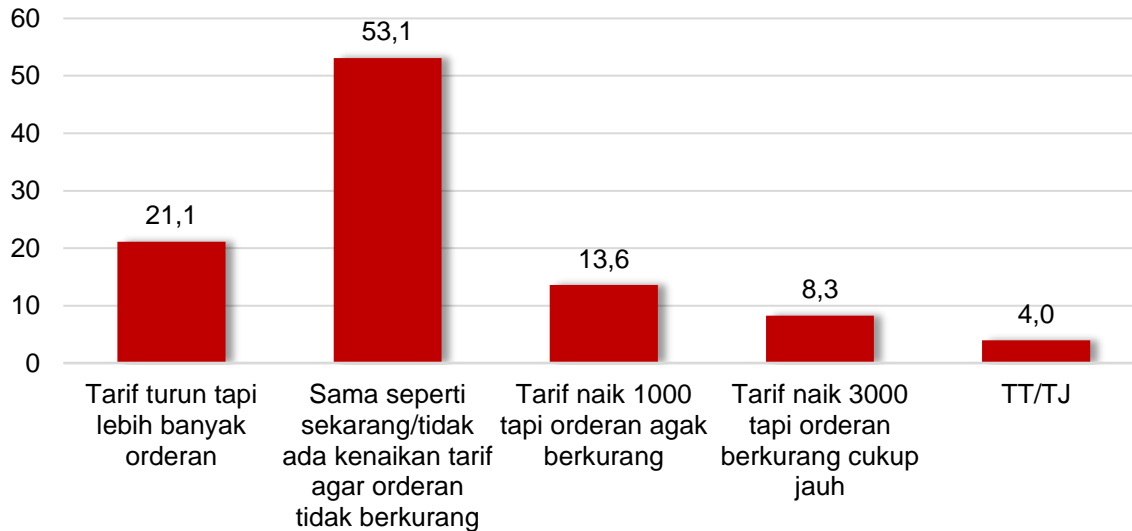
**[DRIVER]** Menurut Ibu/Bapak, apa yang paling mungkin terjadi jika diberlakukan kenaikan tarif sebesar ... per perjalanan? (%)





## SIKAP MITRA OJOL TERKAIT TARIF OJEK ONLINE

Terkait dengan tarif ojek online, di antara sejumlah kondisi berikut ini mana yang lebih sesuai menurut Ibu/Bapak sendiri? (%)



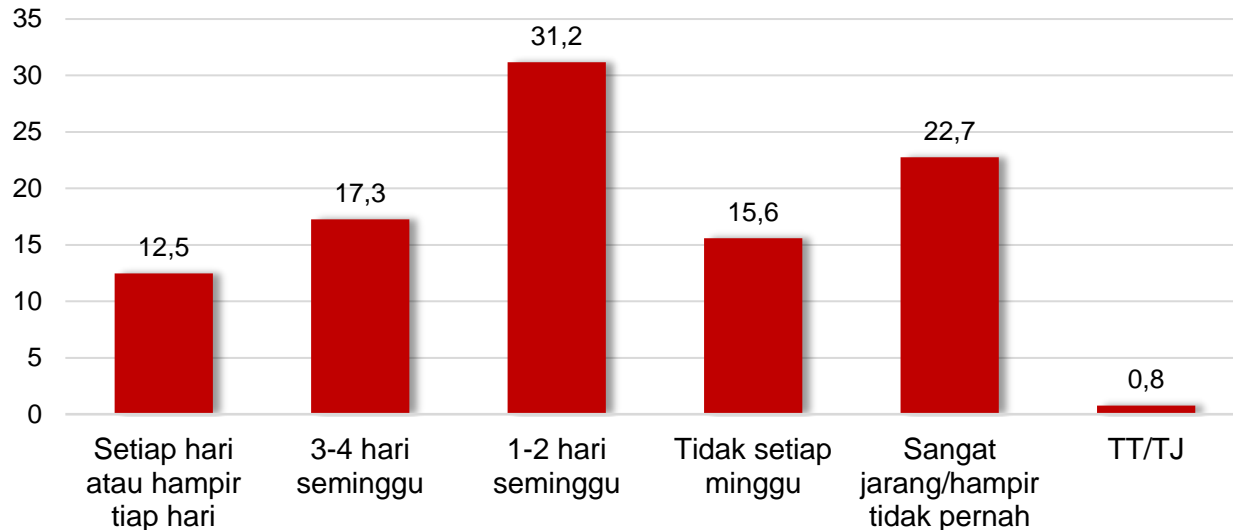
Meski mayoritas mitra driver setuju/sangat setuju dengan kenaikan tarif, namun demikian konsekuensi logis sebagai dampak kenaikan tarif mendapat respon yang sangat bertolak belakang oleh mitra driver.

Mayoritas cenderung menitikberatkan pada volume order yang tidak berkurang tanpa ada kenaikan tarif, 53.1%. Atau bahkan cukup besar kalangan mitra yang lebih menginginkan tarif diturunkan agar order lebih banyak, 21.1%.

# **PEMESANAN MAKANAN ONLINE [PENGGUNA OJOL]**

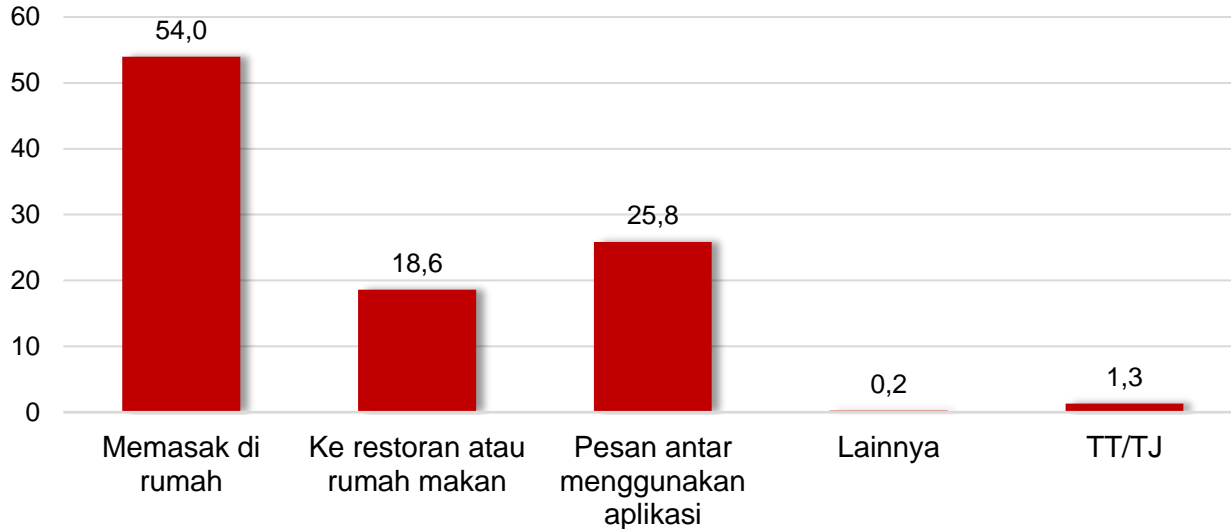
# INTENSITAS MAKAN DI LUAR RUMAH SEBELUM PANDEMI

Sebelum pandemi (sebelum Mei 2020), seberapa sering Ibu/Bapak makan di luar rumah (pergi ke restoran atau rumah makan)? (%)



# CARA PALING SERING UNTUK MEMPEROLEH MAKANAN SEBELUM PANDEMI

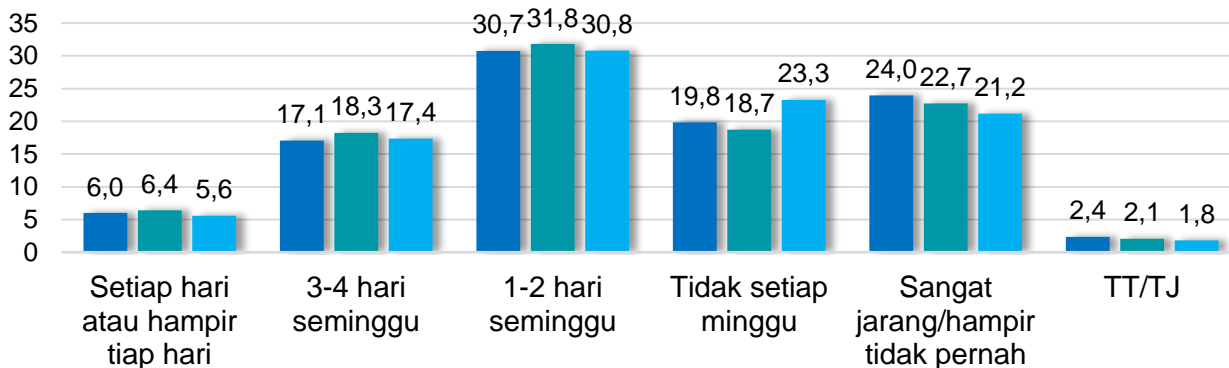
Sebelum pandemi (sebelum Mei 2020), mana yang paling sering Ibu/Bapak lakukan untuk mendapatkan menu makanan/minuman yang Ibu/Bapak inginkan? (%)



# INTENSITAS MEMESAN MAKANAN/MINUMAN MENGGUNAKAN APLIKASI

Dalam satu bulan seberapa sering Ibu/Bapak memesan makanan/minuman menggunakan aplikasi?(%)

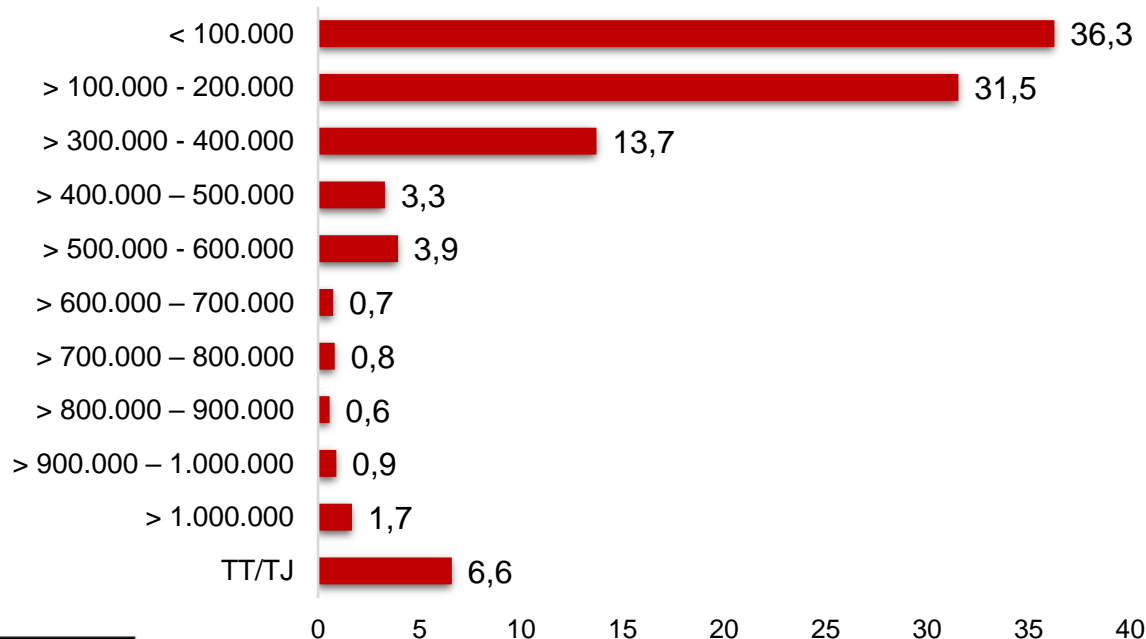
- Sebelum pandemi (sebelum Mei 2020)
- Selama masa pandemi
- Selama tahun 2022 ini



Ada indikasi sedikit penurunan intensitas dalam pemesanan makanan/minuman menggunakan aplikasi selama tahun 2022 ini dibanding saat masa pandemi.

# TOTAL PENGELUARAN MEMBELI MAKANAN/ MINUMAN DALAM SEBULAN

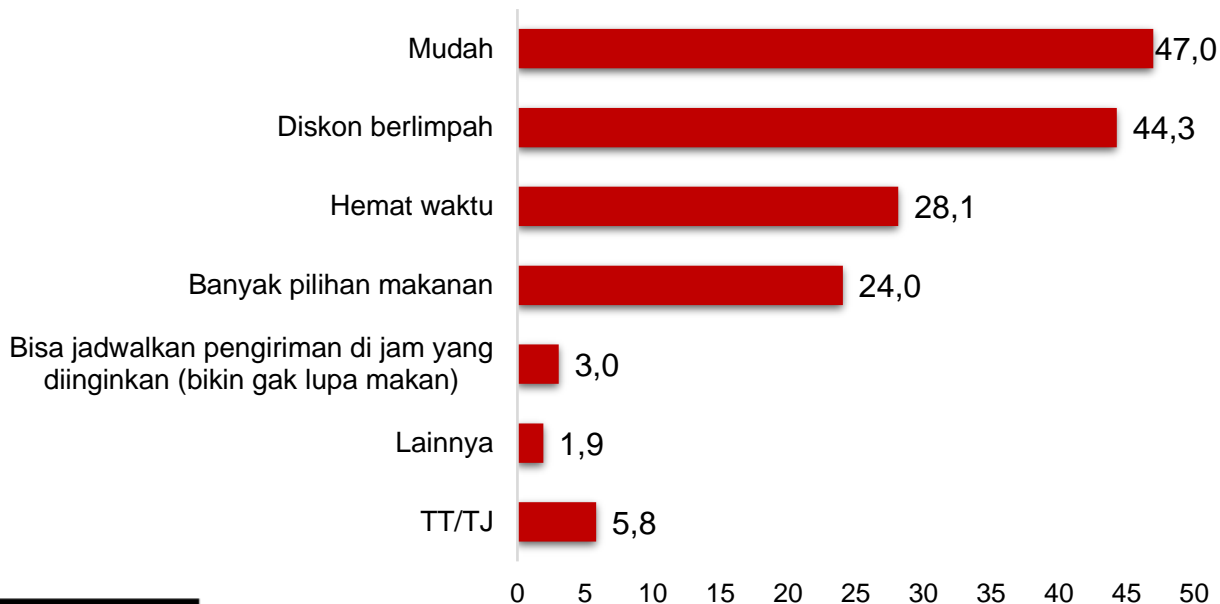
Berapa total pengeluaran Ibu/Bapak untuk membeli makanan/minuman menggunakan aplikasi dalam sebulan? (%)



Mayoritas sebesar Rp. 200.000 atau kurang.

# ALASAN MEMESAN MAKANAN MELALUI APLIKASI PENGIRIMAN ONLINE

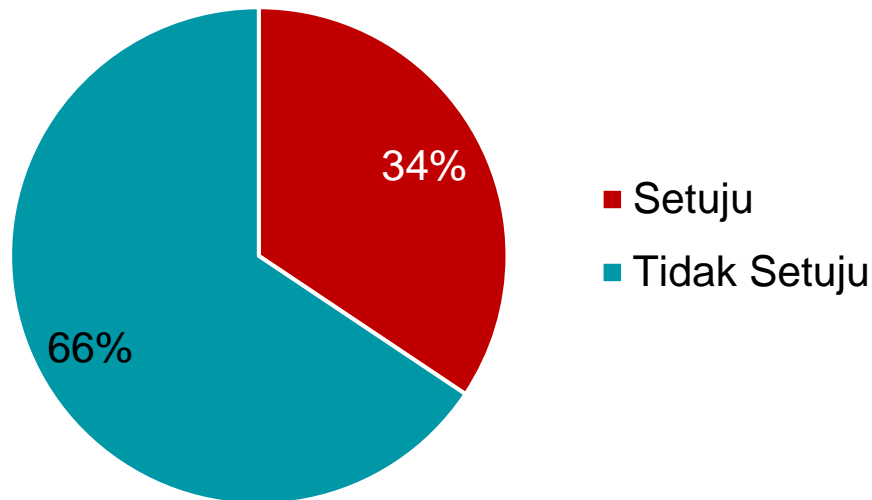
Apa saja yang membuat Ibu/Bapak memilih memesan makanan melalui aplikasi pengiriman online?  
[BISA LEBIH DARI SATU JAWABAN] (%)



Karena mudah dan diskon berlimpah merupakan alasan utama memesan makanan dari aplikasi pengiriman online.

# SIKAP JIKA JASA PENGIRIMAN MAKANAN NAIK

Apakah Ibu/Bapak setuju jika jasa pengiriman makanan/minuman secara online naik? (%)

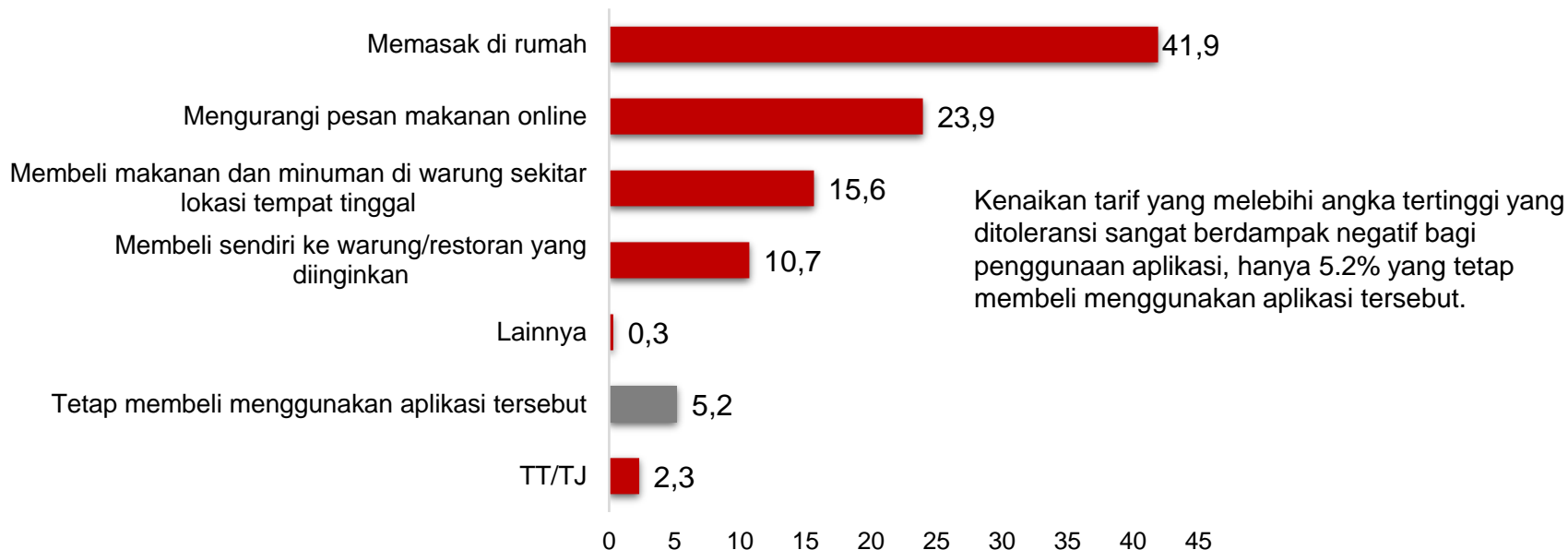


Mayoritas tidak setuju, yang setuju hanya 34%.



# RESPONS ATAS KENAIKAN TARIF YANG MELEBIHI ANGKA TERTINGGI YANG DITOLERANSI

Jika kenaikan tarif melebihi angka tertinggi yang Ibu/Bapak setuju, apa yang akan Ibu/Bapak lakukan? (%)



# KESIMPULAN

## KESIMPULAN

- Sekitar 28.4% para komuter sangat mengandalkan ojek online dalam aktivitas rutin sehari-hari. Ditambah kelompok yang menggunakan moda transportasi kombinasi (19.2%), di mana dalam semua kombinasinya menggunakan transportasi online.
- Artinya, hampir separuh dari total komuter yang kecenderungannya memiliki mobilitas sangat tinggi (lebih dari 40% hampir setiap hari berkomuting, atau mayoritas setidaknya tiga hari seminggu, 57.6%), sangat mengandalkan ojek online.
- Dari sisi penyedia jasa ojol, menjadi driver ojol merupakan sumber penghidupan utama bagi mayoritas mitra driver, 77%. Dan mayoritas juga sudah menjalani profesi ini paling tidak selama 4 tahun, 60.4%.
- Sebagai driver, mayoritas mitra lebih banyak memberikan pelayanan/mendapat orderan dengan jenis perjalanan penumpang 61.5%, sebagian lainnya jasa pesan antar makanan 28.1%, sementara lainnya lebih jarang.

## KESIMPULAN

- Sebelum pandemi, penghasilan per hari dari mayoritas mitra driver di kisaran 100.000 – 250.000, 54.4%. Di masa pandemi mayoritas mitra driver hanya menghasilkan sekitar kurang dari 100.000 per hari. Dan selama 2022 ini, yang dihasilkan oleh mitra driver mengalami perbaikan meski belum seperti ketika sebelum pademi.
- Di tahun 2022 ini mayoritas mitra menghasilkan 100.000 – 250.000 perhari, 52.5%, tapi masih ada sekitar 40.4% mitra yang penghasilannya berada di kisaran terentah, kurang dari 100.000 per hari.

## KESIMPULAN

- Rencana penerapan kebijakan kenaikan tarif ojol sudah terdengar luas di kalangan pengguna, sekitar 46% pengguna sudah mengetahui.
- Kalangan pengguna ojol tampak cukup resisten dengan rencana kenaikan tarif, sekitar 61% kurang/tidak setuju. Dan mayoritas kurang/tidak setuju dengan rencana kenaikan tarif di tiap kelompok demografi, wilayah dan berbagai tingkat intensitas penggunaan ojol, terutama kelompok yang semakin intens.
- Sementara di kalangan mitra driver, rencana kenaikan tarif ojol jauh lebih luas terdengar, sekitar 79% mitra driver tahu atau pernah dengar. Terhadap rencana kenaikan tarif ojol, mayoritas mitra driver setuju atau sangat setuju dengan rencana kebijakan tersebut, 82.6%.

## KESIMPULAN

- Kemungkinan akan ada sekitar 50% (total dengan berbagai kombinasi opsinya) pengguna yang akan lebih sering menggunakan sepeda motor pribadinya untuk mobilitas sehari-hari.
- Kemudian, tingkat penggunaan transportasi umum juga kemungkinan akan mengalami penurunan, karena hampir sekitar 30% pengguna moda transportasi kombinasi, juga menggunakan kendaraan umum dan transportasi online.
- Selain itu, kenaikan tarif ojol juga mengancam mitra ojol itu sendiri. Dengan kenaikan tarif sebesar 2.000 per perjalanan, sekitar 25% pengguna mundur dan beralih ke moda lain. Terlebih jika kenaikan tarif seperti yang direncanakan, sekitar 4.000 per perjalanan, maka kemungkinan ada sekitar 72% pengguna yang tidak akan menggunakan ojol lagi.
- Lebih jauh, jika diasumsikan dampaknya proporsional, maka akan ada sekitar 72% mitra driver yang kehilangan mata pencaharian sebagai ojol, dan harus berusaha kembali mencari sumber penghidupan lainnya.

## KESIMPULAN

- Willingness to pay (WTP) dari sisi pengguna terhadap setiap tingkat kenaikan tarif tampak sangat berhimpit dengan ekspektasi mitra driver terhadap kesediaan pengguna menerima untuk setiap tingkat kenaikan tarif.
- Jika kenaikan tarif sebesar 2.000 per perjalanan, keyakinan mitra bahwa pengguna masih akan tetap menggunakan ojol turun sekitar 25%. Terlebih jika kenaikan tarif seperti yang direncanakan, sekitar 4.000 per perjalanan, maka keyakinan mitra bahwa pengguna masih akan tetap menggunakan ojol tinggal sekitar 27%.
- Dengan demikian, sekitar 73% mitra driver akan kehilangan harapan bahwa masih ada pengguna yang akan tetap menggunakan ojol, sehingga harus mencari sumber penghidupan yang baru.
- Mitra driver tampak sangat aware dengan konsekuensi logis dari kenaikan tarif. Dan saat ini, dalam situasi penghasilan yang sedang merangkak pulih akibat terjadinya pandemi, mitra driver tampak lebih menitikberatkan volume order yang tidak berkurang meski tiada kenaikan tarif. Bahkan cukup besar kelompok mitra yang bersedia tarif diturunkan asal volume order menjadi lebih tinggi.

## KESIMPULAN

- Kenaikan tarif kemudian sudah dikonfirmasi ulang oleh pemerintah, menyusul kenaikan BBM yang lebih dulu sudah ditetapkan.
- Jika kenaikan tarif ojol rata-rata di kisaran 2000, maka kemungkinan sekitar 74-75% pengguna masih tetap menggunakan ojol sebagaimana biasanya.
- Kenaikan harga BBM kemungkinan akan menjadi faktor peredam pergeseran para pengguna ojol ke moda transportasi lain, terutama kendaraan pribadi, akibat kenaikan tarif ojol. Dengan kenaikan harga BBM pada kisaran yang kurang lebih sama, sekitar 2000/liter, sehingga harga perliter BBM subsidi menjadi setara dengan harga rata-rata tarif minimum ojol. Ini akan menjadi pertimbangan serius bagi pengguna, terutama kelompok-kelompok yang lebih cenderung tetap menggunakan ojol meski mengalami kenaikan tarif (secara umum kelompok ini ada sekitar 29%), yaitu kelompok perempuan, usia 31 tahun ke atas, pendapatan semakin tinggi, dan terutama yang semakin intens dalam penggunaan ojol.
- Jika diasumsikan pola preferensi umum tersebut berlaku konstan terhadap pengguna yang cenderung beralih ke motor pribadi, maka kenaikan harga BBM paling tidak akan mengurungkan niat sekitar 7-8% pengguna ojol yang akan beralih menggunakan motor pribadinya.





**POLLING**  
INSTITUTE

TERIMA KASIH