



**KEBERLANJUTAN BISNIS &
DAMPAK SOSIAL-EKONOMI
TERHADAP STAKEHOLDERS:
STUDI KASUS PADA LAYANAN ON-DEMAND
DI INDONESIA**

FEBRUARI 2026

Daftar Isi

1. Pendahuluan.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Tujuan dan Pertanyaan Penelitian.....	3
1.3. Desain Penelitian dan Metodologi.....	4
2. Kajian Literatur	7
2.1. Struktur ekosistem sektor on-demand services	7
2.2. Perkembangan kebijakan sektor on-demand services	8
2.3. Regulasi, dinamika pasar, dan perkembangan bisnis di sektor on-demand services	9
2.4. Pembelajaran internasional dan implikasi kebijakan	9
3. Analisa Permintaan Layanan On-demand	10
3.1. Karakteristik permintaan dalam sektor on-demand services.....	10
3.2. Preferensi Konsumen dan Faktor Penentu Penggunaan Layanan	12
4. Analisa Penawaran Layanan On-demand.....	14
4.1. Karakteristik Penawaran dalam Ekosistem On-Demand.....	14
4.2. Preferensi Mitra dan Faktor Penentu Partisipasi dalam Sektor On-Demand.....	15
4.3. Kepuasan Mitra, Ketergantungan Pendapatan, dan Kerentanan terhadap Fluktuasi Permintaan.....	16
5. Peran Aplikator dalam Menjaga Keseimbangan Ekosistem On-Demand Services.....	18
5.1. Aplikator sebagai Pengelola Pasar Dua Sisi	18
5.2. Strategi Aplikator dalam Mengelola Permintaan dan Penawaran	18
5.3. Trade-off Operasional dan Tantangan Keberlanjutan Bisnis.....	19
5.4. Implikasi Peran Aplikator terhadap Keseimbangan Ekosistem	19
6. Sensitivitas Harga, ATP–WTP, dan Perilaku Substitusi dalam Ekosistem On-Demand Services	21
6.1. ATP–WTP sebagai Cerminan Keseimbangan Ekosistem.....	21
6.2. Sensitivitas Harga dan Perbedaan Pola Permintaan Antar Layanan	21

6.3. Perilaku Substitusi Konsumen dan Respons terhadap Perubahan Harga	22
6.4. Implikasi Sensitivitas Harga terhadap Penawaran Mitra.....	22
6.5. Ruang Kebijakan Harga dan Preferensi Aktor dalam Ekosistem	23
7. Rekomendasi Kebijakan untuk Keberlanjutan Ekosistem On-Demand Services	24
7.1. Peran Pemerintah Pusat: Menjaga Stabilitas Sistem dan Meminimalkan Risiko Kebijakan.....	24
7.2. Peran Aplikator: Pengelola Keseimbangan Pasar dan Penggerak Inovasi Operasional	25
7.3. Peran Mitra Pengemudi dan Mitra UMKM: Penyangga Penawaran dan Sumber Sinyal Pasar.....	26
7.4. Peran Konsumen: Penentu Permintaan dan Indikator Keterjangkauan	26
Daftar Pustaka	Error! Bookmark not defined.

1. Pendahuluan

1.1. Latar Belakang

Dalam satu dekade terakhir, layanan *ride-hailing* dan *online food delivery* berkembang menjadi bagian integral dari ekosistem ekonomi digital Indonesia. Selain meningkatkan efisiensi mobilitas dan akses konsumsi masyarakat, sektor ini menyediakan sumber pendapatan bagi jutaan mitra pengemudi serta membuka akses pasar baru bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Karakteristik utama sektor layanan berbasis permintaan (*on-demand services*) adalah keterkaitan yang erat antara sisi permintaan, sisi penawaran, dan peran penyedia platform digital (aplikator) sebagai pengelola sistem yang menjembatani permintaan dan penawaran layanan secara *real-time*.

Dalam periode 2018–2024, ekonomi digital Indonesia mengalami pertumbuhan yang sangat pesat tetapi kinerja subsektor *on-demand services* relatif beragam. Laporan *e-Conomy SEA* oleh Google, Temasek, dan Bain Company menunjukkan bahwa total nilai transaksi ekonomi digital meningkat dari USD 27 miliar pada 2018 (sekitar 3 persen PDB Indonesia) menjadi USD 90 miliar pada 2024 (sekitar 6,7 persen PDB) (Google, Temasek, & Bain Company, 2024). Namun, di balik pertumbuhan agregat tersebut, kinerja subsektor *on-demand services* menunjukkan dinamika yang tidak homogen. Kontribusi layanan *ride-hailing* terhadap ekonomi digital justru menurun dari 11,1 persen pada 2018 menjadi 3,3 persen pada 2024, sementara kontribusi layanan *online food delivery* meningkat dari 3,7 persen menjadi 6,7 persen pada periode yang sama. Perbedaan tren ini mengindikasikan adanya pergeseran struktur permintaan dan tekanan adaptasi pada model bisnis layanan on-demand, terutama dalam konteks perubahan perilaku konsumsi pascapandemi dan meningkatnya sensitivitas terhadap harga.

Terlepas dari dinamika tersebut, sektor *ride-hailing* dan *online food delivery* tetap menjadi dua pilar utama dalam ekosistem industri *on-demand services* yang memiliki kontribusi signifikan terhadap perekonomian nasional dan agenda inklusi ekonomi. Studi Lembaga Penyelidikan Ekonomi dan Masyarakat Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia (LPEM FEB UI) pada 2022 menunjukkan bahwa ekosistem GoTo menciptakan nilai tambah ekonomi sebesar Rp 432 triliun atau setara 2,2 persen PDB Indonesia, serta membuka sekitar 1,7 juta lapangan kerja melalui kemitraan dengan pengemudi dan UMKM (LPEM FEB UI, 2022). Selanjutnya, studi Sekolah Bisnis dan Manajemen Institut Teknologi Bandung (SBM ITB) pada 2023 memperkirakan bahwa kontribusi industri *ride-hailing* dan *online food delivery* mencapai Rp 382,63 triliun atau sekitar 2 persen PDB nasional, dengan Grab menyumbang hampir separuh dari nilai tersebut (Sunitiyoso, et al., 2023). Bahkan, sejak 2020, Grab dan OVO telah menyalurkan lebih dari Rp 1 triliun untuk pengembangan sekitar 25.000 UMKM di Indonesia (CNBC Indonesia, 2025). Temuan-temuan ini menegaskan bahwa sektor layanan on-demand berperan penting dalam

memperluas akses kerja, meningkatkan produktivitas tenaga kerja informal, serta mendukung transformasi dan inklusi ekonomi UMKM.

Seiring dengan perubahan kinerja sektor *ride-hailing* dan *online food delivery*, perusahaan aplikasi penyedia platform on-demand di Indonesia menerapkan berbagai strategi untuk menjaga keberlanjutan bisnisnya. Dalam lima tahun terakhir, strategi tersebut mencakup diversifikasi layanan bisnis (Dessynawaty & Yen, 2020; Lakshmi, 2025), penyesuaian harga layanan, skema insentif, serta diferensiasi pasar untuk merespons dinamika permintaan dan persaingan (Novianto, 2022; Asia Connect, 2023). Sebagai intermediari dalam pasar dua sisi, aplikator berperan memastikan terjadinya pencocokan yang optimal antara permintaan konsumen dan penawaran mitra secara *real-time* melalui sistem algoritmik. Model bisnis ini bersifat padat modal (*capital intensive*), memerlukan investasi besar untuk pengembangan teknologi, subsidi promosi, serta biaya operasional yang tinggi guna menjaga kualitas dan keandalan layanan.

Dalam ekosistem ini, **aplikator tidak hanya berfungsi sebagai penyedia teknologi, tetapi sebagai pengelola keseimbangan pasar yang menentukan keterjangkauan layanan bagi konsumen, stabilitas pendapatan mitra, serta keberlanjutan operasional platform secara keseluruhan** (Rochet & Tirole, 2003; International Transport Forum, 2023). Di satu sisi, konsumen berhak memperoleh layanan yang berkualitas dan terjangkau; di sisi lain, mitra penyedia jasa berhak memperoleh insentif dan tingkat kesejahteraan yang memadai. Ketegangan antara tuntutan kedua sisi pasar tersebut, dikombinasikan dengan tekanan biaya operasional dan persaingan antar aplikator yang ketat, seringkali memunculkan persepsi ketidakseimbangan dalam distribusi manfaat ekonomi. Dalam praktiknya, kondisi ini tidak jarang berkembang menjadi gejala sosial dan perdebatan publik, termasuk aksi kolektif dan demonstrasi oleh mitra pengemudi.

Pemerintah Indonesia telah membangun kerangka regulasi yang mengatur layanan *on-demand* baik untuk layanan *ride-hailing* maupun *online food delivery*. Untuk layanan *ride-hailing*, Kementerian Perhubungan, melalui Keputusan Menteri Perhubungan Nomor KP 1001 Tahun 2022¹, menetapkan batasan tarif (batas bawah, batas atas, dan minimum) berdasarkan wilayah yang dibagi ke dalam tiga zona, pedoman perhitungan komponen biaya jasa dan batas maksimum biaya sewa aplikasi sebesar 20%, serta komponen dukungan bagi kesejahteraan mitra seperti asuransi keselamatan, fasilitas bagi mitra pengemudi, dukungan pusat informasi, bantuan biaya operasional, dan bantuan lainnya yang bersifat situasional. Regulasi ini mencerminkan pendekatan kebijakan yang tidak sepenuhnya menyerahkan penetapan tarif kepada mekanisme

¹ Kepmenhub Nomor KP 1001 Tahun 2022 merupakan peraturan untuk layanan *ride-hailing* yang berlaku saat ini. Regulasi ini memuat penyesuaian terhadap peraturan yang berlaku sebelumnya yang dinilai sudah tidak sesuai dengan perubahan layanan. Peraturan ini mencabut peraturan layanan *ride-hailing* yang telah lebih dahulu berlaku, yaitu Kepmenhub Nomor KP 667 Tahun 2022, Kepmenhub Nomor KP 633 Tahun 2022, Kepmenhub Nomor Kp 564 Tahun 2022, dan Kepmenhub Nomor KP 348 Taun 2019.

pasar. Namun, di sisi lain juga memberikan ruang penyesuaian harga oleh aplikator dalam koridor tertentu. Tidak hanya terkait harga, Pemerintah Indonesia juga telah menetapkan standar perlindungan keamanan dan keselamatan untuk layanan *ride-hailing* melalui Peraturan Menteri Perhubungan Nomor 12 Tahun 2019.

Sementara itu, **untuk layanan *online food delivery*, pengaturan berada dalam kerangka regulasi layanan pos dan logistik komersial. Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 1 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Jasa Pos, yang kemudian diperbarui dan dikonsolidasikan melalui Peraturan Menteri Komunikasi dan Digital Nomor 8 Tahun 2025 tentang Layanan Pos Komersial**, mengatur prinsip penyelenggaraan layanan pengiriman barang, termasuk ketentuan teknis, standar pelayanan, dan pengaturan tarif pengiriman dalam konteks layanan pos komersial. Kerangka regulasi ini menjadi dasar hukum bagi penyelenggaraan layanan pengantaran barang dan makanan daring, meskipun belum secara spesifik mengatur karakteristik operasional layanan *on-demand* berbasis platform digital (Kementerian Kominfo, 2012; Kementerian Komunikasi dan Digital, 2025).

Secara keseluruhan, **keberadaan regulasi di kedua subsektor tersebut menunjukkan bahwa kerangka kebijakan dasar untuk *on-demand services* di Indonesia telah tersedia, baik untuk pengantaran orang maupun pengantaran makanan dan barang**. Tantangan kebijakan ke depan tidak lagi terletak pada ketiadaan regulasi, melainkan pada bagaimana regulasi yang ada dapat diimplementasikan dan diselaraskan secara adaptif dengan dinamika pasar, sehingga tetap mendukung efisiensi operasional aplikator, kualitas layanan publik, serta keberlanjutan ekosistem layanan berbasis permintaan secara keseluruhan (OECD, 2022; International Transport Forum, 2023).

Berdasarkan hal tersebut, studi ini bertujuan untuk menganalisis dinamika permintaan, penawaran, dan peran aplikator secara simultan guna memahami faktor-faktor yang memengaruhi keberlanjutan sektor layanan berbasis permintaan di Indonesia. Dengan mengkaji perilaku konsumen, mitra pengemudi, dan mitra UMKM, serta implikasi kebijakan pengaturan tarif terhadap ketiganya, penelitian ini diharapkan dapat memberikan dasar empiris bagi perumusan kebijakan yang tidak hanya melindungi kepentingan masing-masing aktor, tetapi juga menjaga keseimbangan dan keberlanjutan sistem *on-demand* secara jangka panjang.

1.2. Tujuan dan Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, **studi ini bertujuan mengidentifikasi 1) pola hubungan antar pemangku kepentingan dalam sektor *on-demand services* dan 2) respon perilaku terhadap kebijakan pemerintah, guna menguraikan serta memetakan faktor-faktor yang mempengaruhi keberlanjutan bisnis dalam sektor ini di Indonesia**. Secara spesifik, studi ini mengidentifikasi

dampak perubahan kebijakan tarif layanan *ride-hailing*² dan wacana pengaturan tarif minimum atau Tarif Batas Bawah (TBB) untuk layanan *online food delivery*³. Secara holistik, penelitian ini menjangkau tiga sisi pasar yaitu sisi permintaan (konsumen), sisi penawaran (penyedia jasa: mitra pengemudi dan UMKM), serta intermediari (penyedia platform *on-demand services*/aplikator).

Berdasarkan latar belakang dan tujuan penelitian yang telah diuraikan, maka pertanyaan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Faktor apa saja yang membentuk preferensi sisi permintaan dan penawaran dalam menggunakan layanan *ride-hailing* dan *online food delivery*?
2. Bagaimana regulasi tarif layanan *ride-hailing* dan *online food delivery* mempengaruhi persepsi sisi permintaan dan penawaran terhadap manfaat ekonomi yang mereka terima dari sektor *on-demand services*?
3. Bagaimana intermediari merespon dampak regulasi terkait tarif dan dinamika yang terjadi dalam pasar *on-demand services*?

1.3. Desain Penelitian dan Metodologi

1.3.1. Desain penelitian

Penelitian ini dirancang untuk mengkaji perilaku tiga aktor utama dalam ekosistem sektor *on-demand services* yaitu konsumen (sisi permintaan), aplikator (intermediari), dan mitra pengemudi dan UMKM (sisi penawaran), dalam dua jenis layanan yaitu *ride-hailing* dan *online food delivery*.

- **Analisis permintaan**

Analisis permintaan berfokus pada **konsumen dua jenis layanan**, yaitu *ride-hailing* dan *online food delivery*, dengan topik meliputi karakteristik dan pola konsumsi layanan, faktor yang mempengaruhi preferensi dalam konsumsi, serta persepsi terhadap tarif layanan yang ditetapkan oleh Pemerintah Indonesia.

- **Analisis penawaran**

Analisis penawaran berfokus pada **dua kelompok mitra penyedia jasa layanan**, yaitu mitra pengemudi dan mitra UMKM. Topik meliputi pola penggunaan dan kebermanfaatan aplikasi *on-demand* untuk pekerjaan, preferensi terhadap pekerjaan yang dijalankan melalui aplikasi *on-demand*, dan persepsi terhadap tarif layanan yang ditentukan oleh Pemerintah Indonesia.

² Suwarna, B., dkk. (2025). "Tarif Ojol Bakal Naik, Apakah Semua Pihak Setuju?". *Kompas*. 13 Juli 2025. Diakses melalui: <https://www.kompas.id/artikel/tarif-ojol-bakal-naik-apaakah-semua-pihak-setuju>

³ Dewi, I. R. (2025). "Ojol Tuntut Revisi, Grab Food dan GoFood Malah Kehilangan Payung Hukum". *CNBC Indonesia*. 24 Oktober 2025. Diakses melalui: <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20251024132927-37-678939/ojol-tuntut-revisi-grab-food-dan-gofood-malah-kehilangan-payung-hukum>

- **Peran pihak ketiga (intermediari)**

Analisis peran intermediari berfokus pada mekanisme dan fungsi **aplikator sebagai penghubung antara penyedia jasa layanan dan konsumen**, termasuk bagaimana model bisnis aplikator berkembang, strateginya dalam merespon dinamika pasar, serta kaitannya dengan penyedia jasa layanan dan konsumen.

1.3.2. Sampel dan pengumpulan data

Jumlah sampel dalam penelitian ini dihitung menggunakan rumus Slovin, yang digunakan untuk menentukan ukuran sampel minimum dari suatu populasi besar dengan mempertimbangkan margin of error yang diinginkan. Rumus Slovin dinyatakan sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

di mana:

- n = jumlah sampel,
- N = jumlah populasi,
- e = margin of error.

Dengan menggunakan tingkat kepercayaan (*confidence interval*) sebesar 95% dan margin of error sebesar 5% (0,05), diperoleh kebutuhan jumlah responden sebanyak 385-400 orang untuk setiap kelompok responden. Penentuan jumlah sampel ini bertujuan agar data yang dikumpulkan dapat mewakili populasi secara akurat dan menghasilkan kesimpulan yang dapat diandalkan. Adapun detail jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Karakteristik responden dalam studi

Kelompok Responden	Jumlah Sampel
Konsumen pengantaran orang	400
Konsumen pengiriman makanan	400
Mitra pengemudi	385
Mitra UMKM	385
Total	1.570

Pengumpulan data dilakukan melalui survei daring dan survei telepon selama 10 Agustus 2025 – 3 September 2025. Survei ini dilaksanakan di 9 provinsi di Indonesia yang merepresentasikan keberagaman wilayah geografis dan tingkat penetrasi *on-demand services*, yaitu:

1. Provinsi Banten
2. Provinsi Jawa Barat
3. Provinsi DKI Jakarta
4. Provinsi Jawa Tengah
5. Provinsi DI Yogyakarta
6. Provinsi Jawa Timur
7. Provinsi Sumatera Utara

- 8. Provinsi Sumatera Selatan
- 9. Provinsi Sulawesi Selatan

Untuk responden konsumen, survei dilakukan secara daring kepada pengguna aktif layanan *ride-hailing* dan *online food delivery*. Sementara itu, untuk responden mitra pengemudi dan mitra UMKM, survei dilakukan melalui wawancara via telepon (*phone survey*). Metode ini dipilih karena keterbatasan akses mitra terhadap survei daring dan untuk meningkatkan akurasi dan kualitas respon yang diberikan.

1.3.3. Metode penelitian

Untuk analisis permintaan dan penawaran, penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan dua metode utama, yaitu analisis deskriptif dan *Discrete Choice Experiment* (DCE). Pertama, analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik dan mengidentifikasi pola perilaku seluruh kelompok responden. Analisis ini memberikan gambaran awal tentang tren penggunaan, preferensi umum, serta faktor-faktor kontekstual yang memengaruhi keputusan responden dalam menggunakan layanan *on-demand*. Dalam analisis deskriptif, peneliti melakukan estimasi nilai *ability to pay* (ATP) dan *willingness to pay* (WTP) konsumen dengan rumus berikut:

$$Ability\ to\ pay = \frac{Jumlah\ pengeluaran\ untuk\ ojek\ online}{Jumlah\ jarak\ tempuh\ dengan\ ojek\ online}$$

$$Willingness\ to\ pay = \frac{Jumlah\ pengeluaran\ untuk\ ojek\ online + tambahan\ biaya\ yang\ bersedia\ dibayarkan}{Jumlah\ jarak\ tempuh\ dengan\ ojek\ online}$$

Untuk analisis terhadap perubahan tarif *ride-hailing*, peneliti membandingkan ATP dan WTP dengan estimasi pengeluaran untuk ojek online menggunakan tiga skenario tarif sebagai berikut:

Tabel 2. Estimasi pengeluaran untuk ojek online

Wilayah	Biaya Jasa KP 667/2022			Kenaikan 8%			Kenaikan 15%		
	Batas Bawah	Batas Atas	Minimal (median)	Batas Bawah	Batas Atas	Minimal (median)	Batas Bawah	Batas Atas	Minimal (median)
Zona 1	2,000	2,500	9,000	2,160	2,700	9,720	2,300	2,875	10,350
Zona 2	2,550	2,800	10,700	2,754	3,024	11,556	2,932	3,220	12,305
Zona 3	2,300	2,750	10,100	2,484	2,970	10,908	2,645	3,162	11,615

Sumber: RISED (2025)

Kedua, metode DCE digunakan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi preferensi konsumen terhadap berbagai atribut *on-demand services*, seperti harga produk, tarif dan waktu pengiriman, dan kualitas layanan, serta bagaimana perubahan pada atribut tersebut dapat mempengaruhi pilihan konsumen.

Metode DCE mampu menggambarkan perilaku pilihan individu secara lebih nyata, yaitu dengan memberikan simulasi kondisi yang dipilih oleh responden. Melalui pendekatan ini, peneliti dapat mengukur seberapa besar nilai atau tingkat kepentingan yang diberikan konsumen terhadap setiap atribut layanan (Louviere, Hensher, & Swait, 2000; Train, 2009). Beberapa penelitian terbaru juga menunjukkan bahwa DCE semakin banyak digunakan dalam berbagai bidang karena mampu menangkap preferensi yang kompleks dan beragam antarindividu (Wang et al., 2023; Oliobi, Chinhamu, & Zewotir, 2024). Dengan menggabungkan analisis deskriptif dan DCE, penelitian ini berupaya memberikan pemahaman yang lebih komprehensif dan terukur mengenai perilaku serta faktor-faktor yang memengaruhi keputusan konsumen dalam sektor *on-demand services* di Indonesia.

Sedangkan untuk analisis peran intermediari, penelitian ini menggunakan pendekatan studi literatur dengan meninjau berbagai hasil penelitian terdahulu, laporan industri, serta publikasi akademik yang membahas fungsi dan dinamika aktor perantara dalam ekosistem ekonomi digital. Melalui studi literatur ini, penelitian berupaya mengidentifikasi bagaimana aplikator berperan sebagai intermediari yang menghubungkan penyedia jasa layanan dan konsumen, serta bagaimana mekanisme tersebut memengaruhi efisiensi pasar, struktur insentif, dan kesejahteraan para pelaku yang terlibat.

2. Kajian Literatur

2.1. Struktur ekosistem sektor *on-demand services*

Sektor *on-demand services* merupakan bagian penting dari ekonomi digital yang mengandalkan teknologi platform untuk mempertemukan penyedia layanan (mitra) dengan pengguna (konsumen) secara *real-time* melalui aplikasi digital. Dalam ekosistem ini, aplikator berperan sebagai intermediari dan pengelola sistem, yang menyediakan infrastruktur digital, mekanisme algoritmik, serta sistem pembayaran untuk memastikan terjadinya transaksi yang efisien dan berkelanjutan (Kenney & Zysman, 2016). Mitra penyedia layanan, seperti pengemudi dan kurir, berfungsi sebagai pelaksana utama layanan mobilitas dan pengantaran, sementara konsumen menjadi penggerak permintaan yang menentukan skala dan intensitas aktivitas pasar (Rosenblat & Stark, 2016).

Literatur menunjukkan bahwa hubungan antara aplikator, mitra, dan konsumen bersifat saling bergantung. Aplikator bergantung pada partisipasi mitra untuk menjaga kapasitas dan ketersediaan layanan, mitra bergantung pada sistem pencocokan dan kebijakan operasional platform untuk memperoleh pendapatan, sementara konsumen memperoleh manfaat dari efisiensi, kemudahan, dan keterjangkauan layanan. Pola keterhubungan ini menciptakan fleksibilitas ekonomi baru, tetapi juga menghadirkan tantangan tata kelola, khususnya dalam

menjaga keseimbangan antara efisiensi sistem, stabilitas pendapatan mitra, dan kualitas layanan bagi konsumen (Graham et al., 2017; Rahman et al., 2023).

Sejumlah studi menyoroti adanya risiko ketimpangan relasi dan informasi asimetris dalam ekosistem *on-demand*, terutama terkait kontrol algoritmik, transparansi kebijakan insentif, dan volatilitas pendapatan mitra (Rosenblat & Stark, 2016; Veen, Barratt, & Goods, 2020). Namun, literatur juga menekankan bahwa tantangan tersebut merupakan konsekuensi struktural dari pasar dua sisi yang sangat dinamis, di mana perubahan kecil pada permintaan, harga, atau ketersediaan mitra dapat berdampak signifikan terhadap keseimbangan sistem secara keseluruhan (Wood et al., 2019; Rahman et al., 2023). Dengan demikian, isu kesejahteraan mitra dan keberlanjutan platform tidak dapat dipisahkan dari kemampuan aplikator dalam mengelola trade-off operasional secara adaptif.

2.2. Perkembangan kebijakan sektor *on-demand services*

Pengalaman internasional menunjukkan bahwa berbagai negara mengadopsi pendekatan kebijakan yang berbeda dalam merespons perkembangan sektor *on-demand services*, tergantung pada prioritas kebijakan dan karakteristik pasar tenaga kerja masing-masing. Di Uni Eropa, pengaturan difokuskan pada klarifikasi status hukum pekerja platform dan transparansi algoritmik melalui *Directive on Platform Work* (De Stefano & Aloisi, 2022). Inggris dan Amerika Serikat mengadopsi pendekatan berbasis yurisprudensi dan legislasi yang beragam, sementara negara-negara Asia seperti Singapura dan Korea Selatan memilih pendekatan hibrida yang menggabungkan fleksibilitas kerja dengan perlindungan minimum melalui skema jaminan sosial dan asuransi (Katta et al., 2022).

Literatur menekankan bahwa tidak terdapat satu model regulasi yang optimal untuk seluruh konteks negara. Pendekatan kebijakan yang terlalu menekankan perubahan status kerja berisiko mengurangi fleksibilitas pasar dan partisipasi mitra, sementara pendekatan yang sepenuhnya berbasis pasar dapat memperbesar risiko ketidakstabilan pendapatan dan perlindungan sosial (De Stefano & Aloisi, 2022; Prassl, 2021). Oleh karena itu, tren kebijakan global cenderung bergerak ke arah regulasi berbasis prinsip dan tata kelola, yang memberikan ruang adaptasi operasional bagi platform sambil menetapkan standar minimum perlindungan dan transparansi.

Di Indonesia, kebijakan sektor *on-demand* berkembang dengan fokus pada pengaturan tarif dan keselamatan layanan, khususnya untuk pengantaran orang berbasis aplikasi (Kementerian Perhubungan, 2019; 2022). Pendekatan ini mencerminkan upaya pemerintah untuk menjaga keterjangkauan harga dan stabilitas pendapatan mitra dalam konteks pasar yang sensitif terhadap harga. Sejalan dengan praktik internasional, diskursus kebijakan di Indonesia juga mencakup isu perlindungan sosial pekerja gig dan perluasan jaminan sosial tenaga kerja informal, meskipun status hukum mitra masih bersifat kemitraan independen (Kemenaker, 2021; Utami & Hidayat, 2023). Literatur menunjukkan bahwa tantangan utama kebijakan di Indonesia bukan

terletak pada ketiadaan regulasi, melainkan pada penyesuaian instrumen kebijakan agar mampu merespons dinamika pasar dan karakteristik ekonomi platform secara lebih adaptif.

2.3. Regulasi, dinamika pasar, dan perkembangan bisnis di sektor *on-demand services*

Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa regulasi memiliki dampak ganda terhadap sektor *on-demand services*. Di satu sisi, regulasi dapat meningkatkan kejelasan hukum, perlindungan konsumen, dan stabilitas hubungan kemitraan (De Stefano & Aloisi, 2022; Katta et al., 2022). Di sisi lain, regulasi yang terlalu restriktif berpotensi menekan fleksibilitas operasional platform, mengurangi efisiensi pencocokan permintaan-penawaran, dan membatasi ruang inovasi bisnis, terutama pada pasar yang sangat kompetitif dan sensitif terhadap harga (Rahman et al., 2023).

Pasca pandemi COVID-19, tekanan terhadap model bisnis *on-demand* semakin meningkat akibat perubahan perilaku konsumen dan perlambatan ekonomi. Studi menunjukkan bahwa konsumen menjadi lebih selektif terhadap tarif dan promosi, sementara mitra menghadapi volatilitas permintaan dan pendapatan yang lebih tinggi (Li et al., 2023; Meena et al., 2022). Dalam konteks ini, literatur menegaskan bahwa keberlanjutan sektor *on-demand* sangat bergantung pada kemampuan platform untuk mengelola strategi adaptif, seperti diversifikasi layanan, efisiensi operasional, dan inovasi harga, guna menjaga keseimbangan antara permintaan, penawaran, dan kualitas layanan (Rahman et al., 2023).

Meskipun berbagai studi di Indonesia telah membahas aspek regulasi, kesejahteraan mitra, dan dinamika pasar secara terpisah, penelitian yang mengintegrasikan perilaku aplikator, mitra, dan konsumen dalam satu kerangka analisis masih terbatas (Utami & Hidayat, 2023; Santoso & Nugraha, 2022). Oleh karena itu, studi ini berkontribusi dengan pendekatan komprehensif yang menelaah interaksi ketiga aktor secara simultan, serta menganalisis bagaimana perubahan regulasi dan perilaku pascapandemi memengaruhi keseimbangan dan keberlanjutan ekosistem *on-demand services* di Indonesia.

2.4. Pembelajaran internasional dan implikasi kebijakan

Pengalaman berbagai negara menunjukkan bahwa tantangan utama sektor *on-demand services*, yakni keseimbangan antara keterjangkauan harga, kesejahteraan mitra, dan keberlanjutan bisnis, ditangani melalui pendekatan yang relatif serupa. Pengaturan tarif jarang dijadikan instrumen kebijakan utama. Sebaliknya, kebijakan lebih difokuskan pada perlindungan risiko, tata kelola platform, dan stabilitas ekosistem.

Di Singapura dan Korea Selatan, pemerintah menerapkan *hybrid regulation* dengan tetap mempertahankan status kemitraan, tetapi mewajibkan perlindungan sosial minimum seperti asuransi kecelakaan dan skema kontribusi bersama. Pendekatan ini menjaga fleksibilitas operasional platform tanpa membatasi ruang penyesuaian harga secara kaku, dengan asumsi

bahwa stabilitas permintaan lebih menentukan keberlanjutan ekosistem dibandingkan intervensi tarif langsung.

Di Inggris, perlindungan pekerja diperkuat melalui penetapan status *worker*, yang memberikan hak atas upah minimum dan cuti berbayar. Meskipun meningkatkan perlindungan formal, pendekatan ini juga meningkatkan biaya operasional platform dan mendorong penyesuaian harga, menunjukkan adanya *trade-off* antara perlindungan tenaga kerja dan keterjangkauan layanan.

Sementara itu, India mempertahankan fleksibilitas harga di tengah pasar yang sangat sensitif terhadap tarif, sambil mulai memperkenalkan perlindungan sosial dasar bagi pekerja *gig*. Pendekatan ini relevan bagi Indonesia karena menunjukkan pentingnya menjaga akses layanan dan volume permintaan di pasar dengan daya beli yang heterogen.

Terdapat tiga pelajaran utama yang konsisten lintas negara. *Pertama*, kebijakan tarif bukan instrumen utama dalam mengelola sektor *on-demand*. Negara-negara cenderung menghindari pengendalian harga yang kaku karena berisiko menurunkan permintaan dan volume transaksi. *Kedua*, sensitivitas harga konsumen menjadi pertimbangan sentral dalam perumusan kebijakan. Di pasar yang elastis terhadap harga, kenaikan tarif berpotensi memicu penurunan permintaan dan berdampak langsung pada pendapatan mitra. *Ketiga*, peningkatan kesejahteraan mitra lebih banyak ditempuh melalui mekanisme non-harga, seperti perlindungan sosial minimum, transparansi hubungan kemitraan, dan dukungan produktivitas, yang dinilai lebih kompatibel dengan karakteristik pasar dua sisi.

Pembelajaran internasional memperkuat temuan empiris dalam laporan ini bahwa ruang kebijakan tarif di Indonesia relatif terbatas. Jarak ATP–WTP yang sempit dan perilaku substitusi konsumen menunjukkan bahwa kenaikan tarif berpotensi menekan permintaan dan memicu dampak berantai terhadap pendapatan mitra pengemudi dan mitra UMKM.

Dengan demikian, pengalaman negara lain mendukung pendekatan kebijakan yang menempatkan tarif sebagai instrumen pelengkap, bukan kebijakan utama. Penguatan tata kelola platform, perlindungan risiko mitra, serta upaya menjaga stabilitas permintaan dinilai lebih efektif dalam menjaga keberlanjutan sektor *on-demand services* di Indonesia. Studi literatur ini menjadi landasan konseptual bagi perumusan rekomendasi kebijakan pada bab selanjutnya.

3. Analisa Permintaan Layanan On-demand

3.1. Karakteristik permintaan dalam sektor on-demand services

Permintaan konsumen merupakan salah satu penentu utama keberlanjutan sektor layanan berbasis permintaan (*on-demand services*). Hasil survei menunjukkan bahwa layanan *ride-hailing* dan *online food delivery* telah menjadi bagian integral dalam kehidupan sehari-hari

masyarakat perkotaan, namun penggunaannya bersifat komplementer terhadap kendaraan pribadi dan transportasi umum, bukan sebagai moda atau kanal konsumsi utama. Sebanyak 74 persen responden menggunakan layanan *ride-hailing* dengan intensitas relatif moderat, yaitu 1–3 kali per minggu. Penggunaan tersebut terutama ditujukan untuk perjalanan menuju sekolah atau tempat kerja/kantor (41 persen) serta sebagai penghubung ke dan dari titik transportasi umum (28 persen). Pola ini mengindikasikan bahwa konsumen, yang didominasi individu usia produktif dari kelompok ekonomi menengah ke atas, memanfaatkan layanan *ride-hailing* sebagai pendamping mobilitas, bukan pengganti penuh moda transportasi lain.

Pola penggunaan yang serupa juga terlihat pada layanan *online food delivery*. Sebanyak 93 persen responden menggunakan layanan ini dengan intensitas 1–3 kali per minggu. Meskipun frekuensi penggunaan relatif terbatas, kontribusi layanan *on-demand* terhadap struktur pengeluaran rumah tangga tergolong signifikan. Rata-rata pengeluaran responden untuk *ride-hailing* mencapai sekitar 87 persen dari total pengeluaran transportasi bulanan, sementara pengeluaran untuk *online food delivery* mencapai sekitar 36 persen dari total pengeluaran makanan per bulan. Secara agregat, pengeluaran untuk kedua layanan ini menyumbang lebih dari separuh total pengeluaran bulanan responden untuk transportasi dan makanan. Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun layanan *on-demand* tidak digunakan setiap hari, posisinya dalam struktur konsumsi rumah tangga cukup strategis dan sensitif terhadap perubahan harga dan biaya layanan.

Karakteristik permintaan yang bersifat komplementer dan elastis ini memiliki implikasi penting bagi ekosistem *on-demand*. Stabilitas volume penggunaan menjadi lebih krusial dibandingkan sekadar tingkat tarif nominal. Penurunan permintaan, meskipun bersifat sementara, dapat berdampak langsung terhadap pendapatan mitra, omzet usaha yang bergantung pada layanan pengantaran, serta efisiensi operasional platform secara keseluruhan (Rahman et al., 2023).

Selain faktor struktural permintaan internal terhadap layanan *on-demand*, kondisi perekonomian Indonesia pada 2025 menunjukkan indikasi tekanan pada daya beli masyarakat yang berpotensi memengaruhi permintaan terhadap layanan non-esensial. Data *Badan Pusat Statistik* menunjukkan bahwa laju inflasi tahunan berada di level rendah di awal tahun 2025, dengan angka 0,76 persen (*year-on-year*) pada Januari, terendah dalam lebih dari dua dekade, meskipun dipengaruhi oleh kebijakan harga energi sementara yang menahan kenaikan harga umum (BPS, 2025a). Selanjutnya, *Bank Indonesia* mencatat bahwa inflasi tahunan berada dalam kisaran moderat sepanjang pertengahan hingga akhir 2025 (Bank Indonesia, 2025).

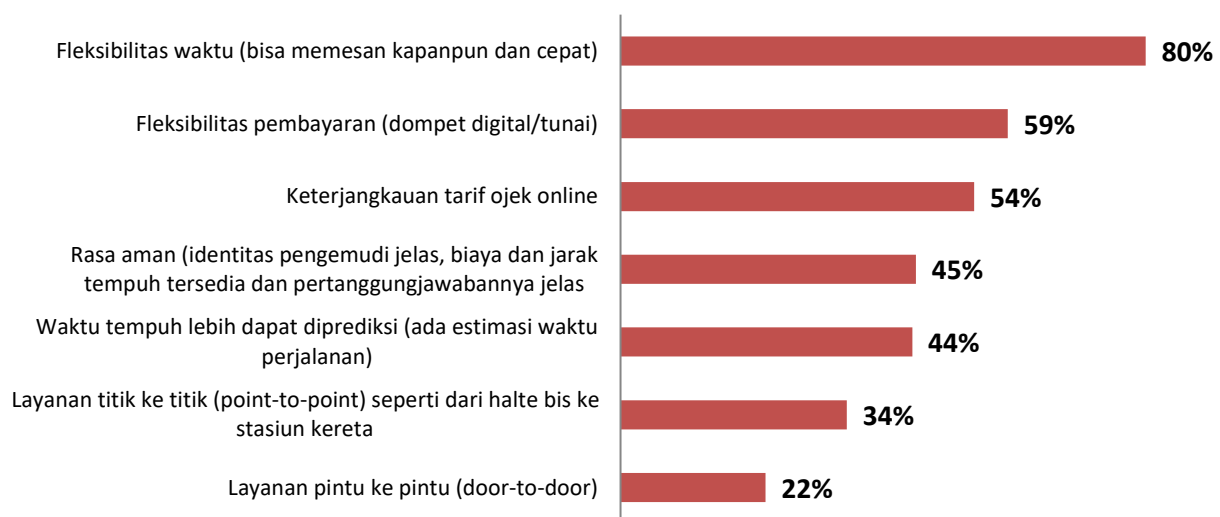
Di sisi lain, konsumsi rumah tangga sebagai komponen utama pengeluaran domestik bruto mengalami pertumbuhan yang melambat, yaitu sekitar 4,89 persen pada Triwulan III-2025, yang menunjukkan bahwa daya beli masyarakat belum sepenuhnya kembali ke tren pertumbuhan yang kuat (BPS, 2025b). Kondisi ini diperkuat oleh berbagai indikator dan analisis ekonomi yang

memperkirakan konsumsi rumah tangga cenderung stagnan pada beberapa periode, mencerminkan tekanan pada kemampuan masyarakat untuk mempertahankan pola konsumsi seperti sebelumnya (Kontan, 2025). Implikasi makroekonomi tersebut menunjukkan bahwa tekanan terhadap daya beli dapat menurunkan permintaan untuk layanan non-esensial, termasuk layanan *ride-hailing* dan *online food delivery*

3.2. Preferensi Konsumen dan Faktor Penentu Penggunaan Layanan

Dari sisi preferensi, keputusan konsumen dalam menggunakan layanan *ride-hailing* terutama dipengaruhi oleh tiga faktor utama, yaitu fleksibilitas waktu, fleksibilitas pembayaran, dan keterjangkauan tarif. Fleksibilitas waktu menjadi alasan dominan dengan tingkat pemilihan sebesar 80 persen, mencakup kecepatan pemesanan, waktu penjemputan, serta kepastian informasi waktu tempuh. Fleksibilitas pembayaran menempati posisi kedua (59 persen), didukung oleh keberadaan berbagai metode pembayaran seperti dompet elektronik, QRIS, tunai, dan *paylater*. Sementara itu, keterjangkauan tarif berada pada urutan ketiga, dengan persepsi bahwa tarif *ride-hailing* relatif lebih kompetitif dibandingkan moda transportasi lain yang menawarkan layanan serupa.

Grafik 1. Alasan Utama Konsumen Menggunakan Layanan *Ride-Hailing*

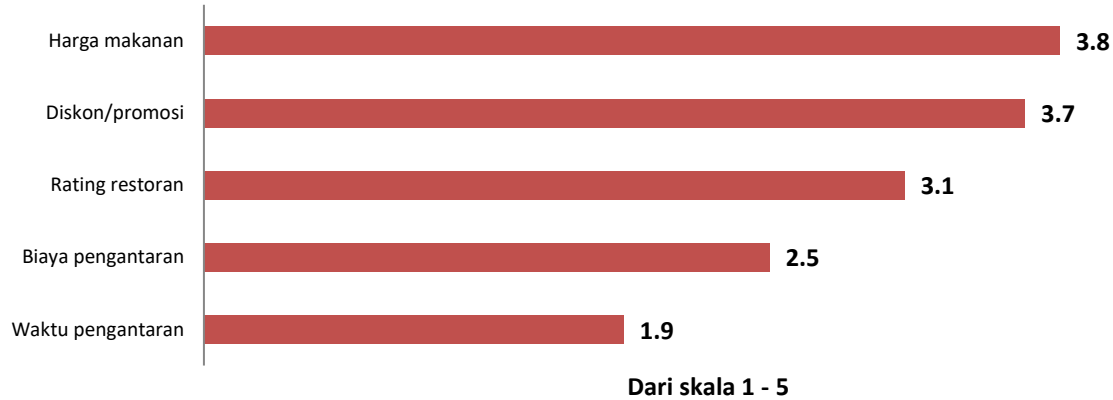


Sumber: RISED (2025)

Perbandingan dengan survei konsumen *ride-hailing* RISED tahun 2019 menunjukkan adanya **pergeseran struktur preferensi**. Pada tahun 2019, keterjangkauan tarif merupakan faktor utama penggunaan layanan, diikuti oleh fleksibilitas waktu dan fleksibilitas pembayaran. Perubahan urutan preferensi pada survei 2025 mengindikasikan adanya penyesuaian tarif dan ekspektasi konsumen terhadap kualitas serta kemudahan layanan dalam beberapa tahun terakhir. Pergeseran ini sejalan dengan literatur yang menunjukkan bahwa seiring maturitas pasar,

konsumen cenderung menempatkan reliabilitas dan kenyamanan sebagai pertimbangan yang semakin penting (Cohen et al., 2020).

Grafik 2. Alasan Konsumen Menggunakan Layanan *Online Food Delivery*



Sumber: RISED (2025)

Pada layanan *online food delivery*, preferensi konsumen menunjukkan pola yang lebih kuat pada aspek keuntungan finansial. Harga makanan menjadi faktor paling menentukan, diikuti oleh diskon dan promosi, serta rating restoran. Sebanyak 55 persen responden menyatakan akan membandingkan harga makanan antar aplikasi apabila terjadi kenaikan biaya antar di restoran favorit (lihat Grafik 3). Diskon dan promosi berfungsi sebagai pendorong utama kedua, sementara rating restoran menjadi indikator kualitas yang melengkapi pertimbangan harga. Pola ini menegaskan bahwa konsumsi layanan *online food delivery* sangat dipengaruhi oleh persepsi nilai ekonomi dan transparansi harga, sebagaimana juga ditemukan dalam berbagai studi pasca pandemi (Meena et al., 2022).

Grafik 3. Tindakan Konsumen Ketika Terjadi Kenaikan *Delivery Fee* Makanan



Sumber: RISED (2025)

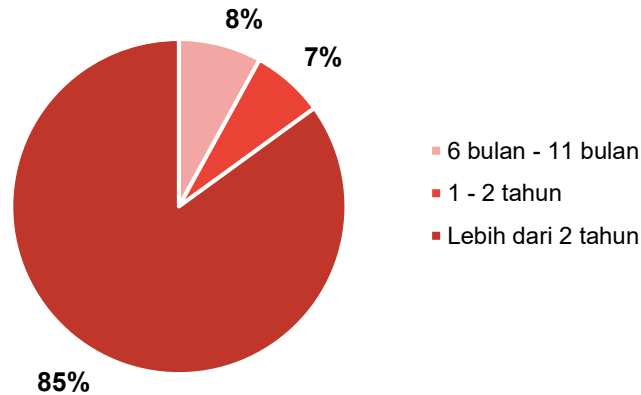
4. Analisa Penawaran Layanan On-demand

4.1. Karakteristik Penawaran dalam Ekosistem On-Demand

Dari sisi penawaran, keberlanjutan sektor *on-demand services* sangat ditentukan oleh partisipasi mitra penyedia layanan, khususnya mitra pengemudi dan mitra usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Berbeda dengan sektor jasa konvensional, penawaran dalam ekosistem *on-demand* bersifat fleksibel, terdesentralisasi, dan sangat responsif terhadap dinamika permintaan. Jumlah mitra aktif, intensitas jam kerja, serta distribusi layanan sangat bergantung pada volume order yang tersedia di dalam sistem.

Hasil survei menunjukkan bahwa sektor *on-demand* telah menjadi sumber penghidupan utama bagi sebagian besar mitra pengemudi. Sebanyak 96 persen responden mitra pengemudi menyatakan bahwa aktivitas sebagai mitra pengemudi merupakan sumber pendapatan utama. Mayoritas mitra pengemudi berusia di atas 30 tahun, dan sekitar 85 persen telah menjadi mitra selama lebih dari dua tahun, yang menunjukkan tingkat keterikatan yang relatif tinggi terhadap sektor ini. Rata-rata responden beroperasi selama 68 jam per bulan, dengan kisaran pendapatan kotor sekitar Rp4,5 juta hingga Rp6 juta per bulan.

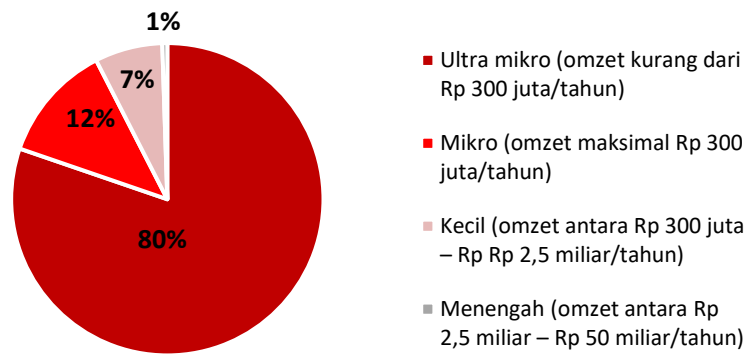
Grafik 4. Lama Pengalaman sebagai Mitra Pengemudi



Sumber: RISED (2025)

Di sisi lain, platform *online food delivery* juga memainkan peran penting dalam mendukung penawaran dari mitra UMKM. Mayoritas responden mitra UMKM merupakan usaha ultra mikro (80 persen) dengan omzet tahunan di bawah Rp300 juta, serta usaha mikro (12 persen) dengan omzet maksimal Rp300 juta per tahun. Sekitar 70 persen responden telah menjadi mitra platform selama lebih dari dua tahun, dan 81 persen menjalankan usaha secara offline dan online secara simultan. Temuan ini menunjukkan bahwa baik mitra pengemudi maupun mitra UMKM menempatkan platform *on-demand* sebagai bagian integral dari strategi ekonomi dan operasional mereka.

Grafik 5. Responden berdasarkan Jenis UMKM

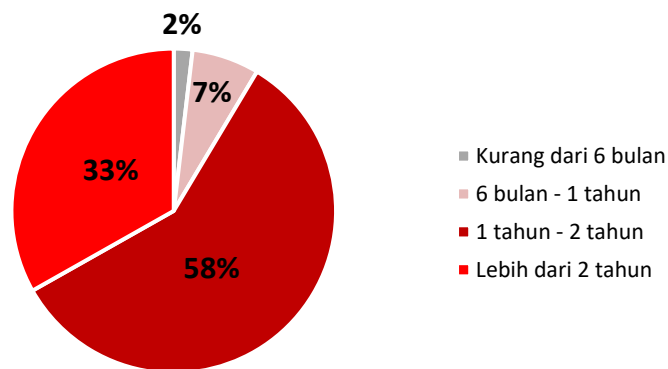


Sumber: RISED (2025)

4.2. Preferensi Mitra dan Faktor Penentu Partisipasi dalam Sektor On-Demand

Preferensi mitra dalam berpartisipasi pada sektor *on-demand* menunjukkan pola yang konsisten dengan karakteristik fleksibilitas dan kemudahan akses yang ditawarkan oleh platform. Bagi mitra pengemudi, alasan utama memilih menjadi mitra adalah fleksibilitas dalam menentukan waktu kerja, yang dipilih oleh 42 persen responden. Selain itu, 36 persen responden menyatakan bahwa menjadi mitra pengemudi merupakan pilihan karena kesulitan memperoleh pekerjaan tetap, sementara sebagian lainnya memilih sektor ini sebagai sumber tambahan pendapatan atau karena kemudahan akses masuk.

Grafik 6. Lama Pengalaman sebagai Mitra UMKM



Sumber: RISED (2025)

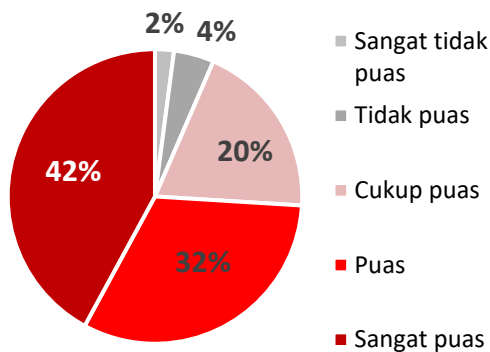
Temuan ini mengindikasikan bahwa sektor *on-demand* memiliki hambatan masuk yang relatif rendah, sehingga mampu menyerap individu yang menghadapi keterbatasan akses ke pasar kerja formal, khususnya kelompok usia di atas 30 tahun. Dalam konteks ini, kerja berbasis platform berfungsi tidak hanya sebagai pilihan ekonomi rasional, tetapi juga sebagai respons struktural terhadap segmentasi pasar tenaga kerja dan keterbatasan peluang kerja formal yang stabil.

Dari sisi mitra UMKM, preferensi untuk bergabung dengan platform *online food delivery* terutama didorong oleh keinginan untuk menjangkau konsumen yang lebih luas, meningkatkan omzet usaha, serta beradaptasi dengan tren digitalisasi. Mayoritas mitra UMKM menilai bahwa platform berperan penting dalam perkembangan usaha mereka, baik sebagai kanal penjualan tambahan maupun sebagai sarana membangun relasi dengan konsumen. Selain manfaat finansial, mitra UMKM juga memanfaatkan berbagai fitur platform, seperti laporan penjualan dan keuangan, untuk melakukan evaluasi usaha secara berkala.

4.3. Kepuasan Mitra, Ketergantungan Pendapatan, dan Kerentanan terhadap Fluktuasi Permintaan

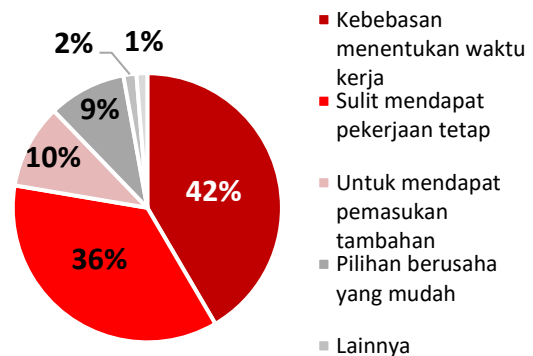
Secara umum, tingkat kepuasan mitra terhadap aktivitas berusaha di sektor *on-demand* tergolong relatif tinggi. Sebanyak 74 persen mitra pengemudi menyatakan puas hingga sangat puas terhadap aktivitas berusaha yang mereka jalani, terutama karena kebebasan dalam menentukan waktu dan durasi kerja. Selaras dengan tingkat kepuasan tersebut, 67 persen responden menyatakan keinginan untuk tetap menjadi mitra pengemudi dalam satu tahun ke depan. Namun demikian, sekitar 30 persen responden menyatakan sedang atau akan mencari mata pencaharian alternatif untuk memperoleh peluang ekonomi yang lebih baik. Temuan ini mengindikasikan bahwa kepuasan kerja tidak sepenuhnya identik dengan stabilitas pendapatan jangka menengah dan panjang.

Grafik 7. Kepuasan Menjadi Mitra Pengemudi



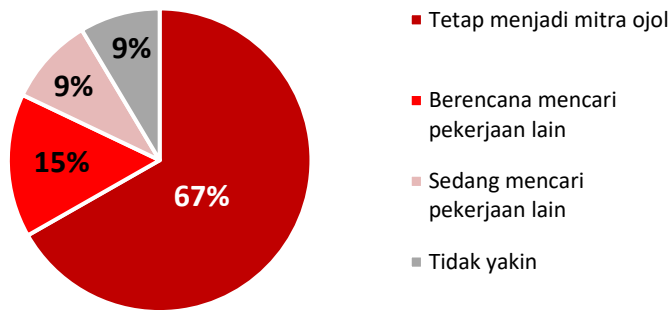
Sumber: RISED (2025)

Grafik 8. Alasan Menjadi Mitra Pengemudi



Sumber: RISED (2025)

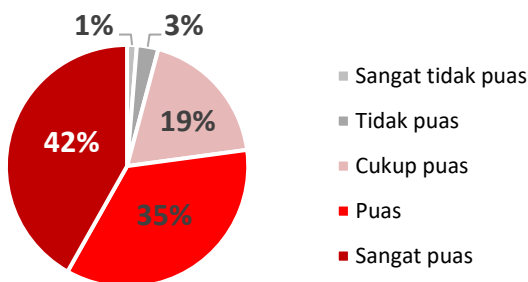
Grafik 9. Rencana Mitra Pengemudi di Tahun Depan



Sumber: RISED (2025)

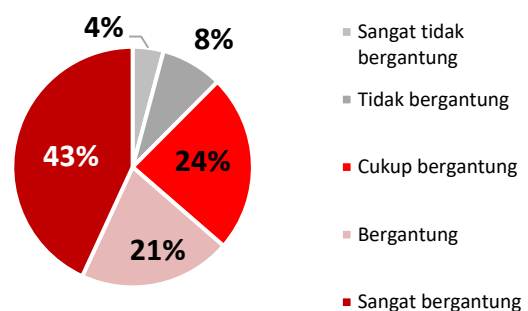
Pola serupa juga terlihat pada mitra UMKM. Sebanyak 77 persen responden menyatakan puas hingga sangat puas dalam memanfaatkan platform *online food delivery* untuk mengembangkan usaha mereka. Median omzet mitra UMKM mencapai sekitar Rp12 juta per bulan, dan mayoritas responden (64 persen) menyatakan bahwa usaha mereka bergantung hingga sangat bergantung pada penjualan daring melalui platform. Bahkan, 46 persen responden memperoleh lebih dari 30 persen pendapatan dari penjualan online. Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun tingkat kepuasan relatif tinggi, keberlanjutan usaha mitra UMKM memiliki keterkaitan yang kuat dengan stabilitas permintaan dalam ekosistem *on-demand*.

Grafik 10. Kepuasan Mitra UMKM



Sumber: RISED (2025)

Grafik 11. Kebergantungan Penjualan Daring



Sumber: RISED (2025)

Di sisi lain, karakteristik penawaran dalam sektor *on-demand services* menunjukkan adanya kerentanan struktural terhadap guncangan pasar. Pendapatan mitra pengemudi bersifat fluktuatif karena sangat bergantung pada volume order harian, skema insentif, serta kebijakan algoritmik platform. Biaya operasional yang relatif tinggi (seperti bahan bakar dan perawatan kendaraan) menyebabkan pendapatan nominal yang diterima tidak selalu mencerminkan ketahanan ekonomi jangka panjang, terutama ketika terjadi penurunan permintaan.

Kerentanan yang serupa juga dialami oleh mitra UMKM. Penurunan volume order akibat kenaikan biaya pengantaran atau berkurangnya promosi berpotensi mempersempit jangkauan pasar dan menurunkan omzet, khususnya bagi usaha yang menasar konsumen berpendapatan menengah ke bawah. Meskipun kenaikan tarif pengantaran tidak secara langsung memengaruhi struktur biaya produksi UMKM, peningkatan biaya akhir yang harus ditanggung konsumen dapat menurunkan minat beli dan melemahkan permintaan. Kondisi ini menegaskan bahwa baik mitra pengemudi maupun mitra UMKM memiliki tingkat ketergantungan yang tinggi terhadap stabilitas volume permintaan, sehingga kepuasan yang tinggi tidak secara otomatis menjamin keberlanjutan ekonomi tanpa dukungan sistem yang menjaga keseimbangan permintaan dan penawaran.

5. Peran Aplikator dalam Menjaga Keseimbangan Ekosistem On-Demand Services

5.1. Aplikator sebagai Pengelola Pasar Dua Sisi

Dalam ekosistem *on-demand services*, aplikator berperan sebagai pengelola pasar dua sisi (*two-sided market*) yang mempertemukan permintaan dari konsumen dengan penawaran dari mitra pengemudi dan mitra UMKM secara *real time*. Berbeda dengan pelaku usaha jasa konvensional, aplikator tidak secara langsung menyediakan layanan transportasi atau produk makanan, melainkan menyediakan infrastruktur digital, sistem algoritmik, serta mekanisme pembayaran yang memungkinkan terjadinya transaksi secara efisien dan terkoordinasi.

Peran ini menempatkan aplikator pada posisi strategis sekaligus kompleks. Di satu sisi, aplikator dituntut untuk menjaga keterjangkauan harga dan kualitas layanan bagi konsumen agar permintaan tetap terjaga. Di sisi lain, aplikator juga harus memastikan bahwa volume order dan struktur insentif cukup untuk menjaga keberlanjutan pendapatan mitra pengemudi serta omzet mitra UMKM. Temuan pada Bab III dan Bab IV menunjukkan bahwa baik permintaan maupun penawaran sangat sensitif terhadap perubahan harga, promosi, dan stabilitas volume order. Dengan demikian, peran aplikator tidak hanya bersifat operasional, tetapi juga bersifat sistemik dalam menjaga keseimbangan ekosistem.

5.2. Strategi Aplikator dalam Mengelola Permintaan dan Penawaran

Untuk menjaga keseimbangan pasar dua sisi, aplikator menerapkan berbagai strategi bisnis yang berkembang seiring dengan dinamika pasar dan tekanan ekonomi. Strategi tersebut mencakup diversifikasi layanan, penyesuaian harga dan biaya pengantaran, pemberian insentif bagi mitra, serta pemanfaatan algoritma pencocokan (*matching*) untuk mengoptimalkan distribusi order. Diversifikasi layanan, seperti pengembangan layanan pengantaran barang,

makanan, dan layanan pendukung lainnya, bertujuan memperluas basis permintaan dan mengurangi ketergantungan pada satu jenis layanan.

Dari sisi permintaan, aplikasi menggunakan promosi harga, diskon, dan berbagai skema pembayaran untuk menjaga keterjangkauan layanan dan menarik konsumen yang sensitif terhadap harga. Namun, temuan analisis permintaan menunjukkan bahwa ketergantungan terhadap promosi juga menciptakan risiko penurunan permintaan ketika intensitas promo dikurangi. Kondisi ini menuntut aplikasi untuk menyeimbangkan antara strategi akuisisi pengguna jangka pendek dan keberlanjutan permintaan jangka menengah.

Dari sisi penawaran, aplikasi mengelola insentif dan algoritma pencocokan untuk menjaga partisipasi mitra dan efisiensi layanan. Namun, sebagaimana ditunjukkan dalam bagian 4, pendapatan mitra sangat bergantung pada stabilitas volume order. Oleh karena itu, strategi aplikasi yang berdampak pada permintaan, seperti penyesuaian tarif atau pengurangan promosi, secara tidak langsung juga memengaruhi kesejahteraan mitra. Hal ini menunjukkan adanya keterkaitan erat antara kebijakan aplikasi dan dinamika kesejahteraan dua sisi pasar.

5.3. Trade-off Operasional dan Tantangan Keberlanjutan Bisnis

Sebagai pengelola pasar dua sisi, aplikasi menghadapi berbagai *trade-off* operasional. Upaya menjaga harga tetap terjangkau bagi konsumen berpotensi menekan margin usaha dan membatasi ruang untuk meningkatkan insentif mitra. Sebaliknya, peningkatan insentif atau tarif bagi mitra tanpa mempertimbangkan sensitivitas harga konsumen berisiko menurunkan permintaan dan volume order. Dalam konteks ini, aplikasi beroperasi dalam ruang keseimbangan yang sempit, di mana perubahan kecil pada satu sisi pasar dapat memicu dampak berantai pada sisi lainnya.

Selain itu, model bisnis *on-demand services* bersifat padat modal dan memerlukan investasi berkelanjutan dalam pengembangan teknologi, sistem algoritmik, serta dukungan operasional. Di tengah tekanan ekonomi makro dan meningkatnya persaingan antar aplikasi, ruang bagi subsidi harga dan promosi menjadi semakin terbatas. Kondisi ini menuntut aplikasi untuk mengoptimalkan efisiensi operasional dan mencari sumber pertumbuhan yang lebih berkelanjutan tanpa mengorbankan stabilitas ekosistem.

5.4. Implikasi Peran Aplikasi terhadap Keseimbangan Ekosistem

Analisis ini menunjukkan bahwa aplikasi memiliki peran kunci dalam menjaga keseimbangan antara permintaan, penawaran, dan keberlanjutan bisnis dalam ekosistem layanan *on-demand*. Kebijakan harga, promosi, dan pengelolaan mitra tidak dapat dipandang secara terpisah, melainkan sebagai bagian dari satu sistem yang saling terhubung. Ketika permintaan melemah akibat tekanan daya beli atau pengurangan promosi, dampaknya tidak hanya dirasakan oleh aplikasi, tetapi juga oleh mitra pengemudi dan mitra UMKM melalui penurunan volume

order. Oleh karena itu, keberhasilan aplikator ke depan tidak hanya ditentukan oleh kemampuan mengelola operasional jangka pendek, tetapi juga oleh strategi jangka menengah untuk menjaga stabilitas ekosistem secara keseluruhan.

Kompleksitas peran aplikator dalam industri *on-demand services* menempatkan mereka sebagai aktor utama yang menghadapi tantangan *triple constraint dilemma*, yaitu kondisi ketika tiga tujuan utama harus dicapai secara bersamaan namun sering kali saling bertentangan. Pertama, menjaga keterjangkauan harga final bagi konsumen agar permintaan tetap stabil. Kedua, memastikan pendapatan yang memadai bagi mitra pengemudi dan merchant yang sangat bergantung pada volume order harian. Ketiga, mempertahankan keberlanjutan finansial perusahaan sekaligus menyediakan ruang inovasi untuk meningkatkan layanan. Literatur menunjukkan bahwa ketiga tujuan ini sulit dicapai secara simultan tanpa desain regulasi yang adaptif dan mekanisme pembagian nilai yang proporsional (Farrell dan Greig, 2020).

Perkembangan industri *on-demand services* di Indonesia memperlihatkan dilema ini secara nyata. Penetapan tarif batas bawah dan atas sejak 2023 dirancang untuk menjaga perlindungan pendapatan mitra dan keterjangkauan bagi konsumen (Kementerian Perhubungan, 2023). Namun, pendekatan tarif yang bersifat terstandar membatasi fleksibilitas aplikator untuk menyesuaikan harga terhadap dinamika permintaan dan kondisi operasional harian, misalnya kemacetan, cuaca buruk, dan lonjakan permintaan pada jam sibuk. Ketika tarif tidak dapat beradaptasi terhadap kondisi pasar, kemampuan aplikator untuk mengelola efisiensi operasional menjadi berkurang. Dampaknya dapat berupa berkurangnya ketersediaan mitra pada periode sibuk, meningkatnya waktu tunggu, serta turunnya kualitas layanan, sebagaimana tercatat pada pengalaman Filipina, Thailand, dan beberapa yurisdiksi di Amerika Serikat.

Selain tekanan tarif, ekspektasi publik terhadap peran sosial aplikator juga meningkat. Perusahaan dinilai memiliki tanggung jawab yang lebih besar dalam menyediakan perlindungan dasar bagi mitra, termasuk asuransi kerja, standar keselamatan, dan kontribusi jaminan sosial. Pengalaman Singapura menunjukkan dinamika serupa ketika Grab diminta menanggung sebagian dampak kenaikan pendapatan pengemudi tanpa sepenuhnya menyesuaikan harga konsumen (Phua dan Choudhury, 2022). Tekanan ini mencerminkan pergeseran orientasi menuju model kerja aplikator yang lebih terstandarisasi, sekaligus memperbesar beban struktural yang dihadapi aplikator.

Dalam kondisi demikian, kombinasi rigiditas tarif, peningkatan biaya kepatuhan, dan ekspektasi publik yang semakin besar berpotensi menimbulkan *regulatory fatigue* dan menghambat inovasi model bisnis bagi aplikator. OECD (2021) mencatat bahwa desain regulasi yang kurang seimbang berisiko mendorong perusahaan mengurangi cakupan layanan pada wilayah yang kurang produktif atau bahkan keluar dari pasar. Temuan ini relevan dengan konteks Indonesia, mengingat layanan on-demand telah menjadi bagian penting dari sistem mobilitas dan

distribusi, di mana konsumen mengandalkan layanan ini untuk mobilitas dan pengantaran, sementara mitra mengandalkannya sebagai sumber pendapatan utama.

6. Sensitivitas Harga, ATP–WTP, dan Perilaku Substitusi dalam Ekosistem On-Demand Services

6.1. ATP–WTP sebagai Cerminan Keseimbangan Ekosistem

Ability to Pay (ATP) dan **Willingness to Pay (WTP)** merupakan indikator penting untuk memahami keseimbangan antara keterjangkauan harga bagi konsumen dan keberlanjutan penawaran dalam sektor *on-demand services*. Dalam konteks pasar dua sisi, kesenjangan antara ATP dan WTP mencerminkan ruang kebijakan harga yang tersedia bagi aplikator tanpa mengganggu stabilitas permintaan maupun penawaran.

Hasil analisis menunjukkan bahwa tingkat tarif layanan *ride-hailing* saat ini telah mendekati batas keterjangkauan konsumen. Estimasi *ability to pay* (ATP) konsumen berada pada kisaran Rp3.550–Rp4.593 per kilometer, sementara estimasi *willingness to pay* (WTP) berada pada kisaran Rp3.640–Rp5.914 per kilometer. Temuan ini menunjukkan bahwa jarak antara ATP dan WTP relatif sempit, sehingga ruang penyesuaian tarif berada pada kondisi yang stabil namun rentan terhadap guncangan.

Simulasi perbandingan antara ATP dan tarif yang berlaku saat ini, tarif dengan kenaikan 8 persen, serta tarif dengan kenaikan 15 persen, menunjukkan bahwa sekitar 50–60 persen responden berada pada kondisi ATP lebih rendah dari tarif, sementara dari sisi WTP, sekitar 26–40 persen responden memiliki kesediaan bayar di bawah tarif yang disimulasikan. Dengan meningkatnya tarif, persentase konsumen yang tidak mampu menjangkau maupun tidak bersedia membayar layanan juga meningkat secara signifikan. Temuan ini mengindikasikan bahwa kenaikan tarif layanan *ride-hailing* berpotensi langsung menekan keterjangkauan layanan bagi sebagian besar konsumen, terutama pada segmen berpendapatan menengah ke bawah.

Tabel 3. Perbandingan ATP dan WTP terhadap Tiga Skema Tarif Transportasi Online

Skenario tarif	ATP < Tarif	WTP < Tarif
Tarif saat ini	50%	26%
Naik 8%	55%	32%
Naik 15%	56%	39%

Sumber: RISED (2025)

6.2. Sensitivitas Harga dan Perbedaan Pola Permintaan Antar Layanan

Sensitivitas harga pada layanan *on-demand* menunjukkan karakteristik yang berbeda antara *ride-hailing* dan *online food delivery*. Pada layanan *ride-hailing*, konsumen menunjukkan

tingkat sensitivitas harga yang tinggi karena ketersediaan alternatif moda transportasi lain serta kemudahan membandingkan tarif antar aplikator. Temuan ini konsisten dengan hasil simulasi ATP–WTP yang menunjukkan bahwa kenaikan tarif relatif kecil dapat memicu penurunan keterjangkauan secara signifikan.

Pada layanan *online food delivery*, sensitivitas harga juga tinggi, tetapi dimediasi oleh atribut layanan lain seperti harga makanan, promosi, dan rating restoran. Studi RISED (2025) menggunakan *Discrete Choice Experiment* (DCE) menunjukkan adanya dua pola utama preferensi konsumen. Konsumen individu cenderung menempatkan rating restoran dan kecepatan pengantaran sebagai atribut terpenting dan bersedia membayar lebih untuk kualitas layanan yang lebih tinggi. Sebaliknya, konsumen kelompok lebih mengutamakan harga dan promosi, serta menunjukkan sensitivitas yang tinggi terhadap perubahan tarif. Secara ekonomi, perbedaan ini mencerminkan variasi *price–quality trade-off* antar segmen konsumen. Nilai WTP yang relatif tinggi pada atribut kualitas menunjukkan arah preferensi yang konsisten, meskipun besaran nominalnya perlu diinterpretasikan secara hati-hati karena potensi bias skenario hipotetis dalam metode DCE (Graham et al., 2017).

6.3. Perilaku Substitusi Konsumen dan Respons terhadap Perubahan Harga

Sensitivitas harga yang tinggi mendorong terjadinya perilaku substitusi di kalangan konsumen. Pada layanan *ride-hailing*, kenaikan tarif mendorong konsumen untuk mengurangi frekuensi penggunaan, beralih ke moda transportasi lain, atau memilih aplikator dengan tarif lebih rendah. Pada layanan *online food delivery*, perilaku substitusi berupa peralihan ke aplikator lain dan memilih restoran dengan harga lebih terjangkau. Perilaku substitusi ini memperkuat temuan bahwa layanan on-demand bersifat komplementer dan elastis, sehingga perubahan harga memiliki dampak langsung terhadap volume permintaan.

6.4. Implikasi Sensitivitas Harga terhadap Penawaran Mitra

Dari sisi penawaran, baik mitra pengemudi maupun mitra UMKM menunjukkan persepsi yang konsisten terhadap dampak perubahan tarif. Meskipun 82,9 persen mitra pengemudi menyatakan setuju terhadap rencana kenaikan tarif, hampir 50 persen diantaranya menilai bahwa kenaikan tarif justru berpotensi menurunkan jumlah pesanan dan menyebabkan pendapatan harian menjadi tidak stabil atau menurun. Sekitar 58 persen mitra pengemudi meyakini bahwa kenaikan tarif akan mengurangi volume pesanan, dan sekitar 60 persen memperkirakan perlu bekerja lebih lama untuk mempertahankan tingkat pendapatan yang sama.

Sebagai respon terhadap penurunan permintaan, mitra pengemudi menunjukkan berbagai strategi adaptif, seperti berpindah lokasi operasi ke area yang lebih ramai, menambah jam kerja, serta menggunakan lebih dari satu aplikasi (*multi-homing*). Temuan ini menegaskan bahwa dari perspektif mitra, stabilitas volume order lebih penting dibandingkan kenaikan tarif nominal.

Pandangan serupa juga disampaikan oleh mitra UMKM. Sebanyak 65 persen responden menilai bahwa perubahan tarif layanan *online food delivery* akan menurunkan daya beli konsumen, dan 78 persen memperkirakan bahwa penurunan daya beli tersebut akan langsung berdampak pada penurunan penjualan dan omzet. Dalam menghadapi potensi penurunan permintaan, mitra UMKM cenderung mengandalkan strategi yang dapat mereka kendalikan secara langsung, seperti promosi dan iklan (41 persen) serta menjaga kualitas produk dan layanan (40 persen), sementara hanya sebagian kecil yang menempatkan penyesuaian harga jual sebagai strategi utama.

Grafik 12. Persepsi Dampak Perubahan Tarif terhadap Konsumen dan UMKM



Sumber: RISED (2025)

Grafik 13. Strategi Mitra UMKM Menghadapi Penurunan Pesanan



Sumber: RISED (2025)

6.5. Ruang Kebijakan Harga dan Preferensi Aktor dalam Ekosistem

Karakteristik industri *on-demand services* berbeda secara fundamental dengan industri jasa tradisional. Dalam konteks ini, harga atau tarif bukan merupakan instrumen yang paling efektif untuk menciptakan pasar yang adil (*fair market*). Penetapan harga secara administratif berpotensi mengurangi fleksibilitas, melemahkan insentif inovasi, serta membatasi kemampuan

platform dalam menyesuaikan layanan terhadap variasi waktu, lokasi, dan kondisi operasional. Maka, kebijakan harga sebaiknya diposisikan sebagai instrumen pelengkap yang digunakan secara selektif, bukan sebagai alat utama pengaturan pasar.

Secara keseluruhan, temuan studi yang dipaparkan pada Bab 6 ini menunjukkan bahwa ruang kebijakan harga dalam sektor *on-demand services* relatif sempit. Baik konsumen, mitra pengemudi, maupun mitra UMKM menunjukkan preferensi terhadap strategi yang menjaga keterjangkauan dan stabilitas permintaan, dibandingkan kenaikan tarif layanan. Meskipun terdapat dukungan normatif terhadap penyesuaian tarif, kekhawatiran terhadap dampaknya pada volume permintaan dan pendapatan membuat sebagian besar mitra lebih memilih skema insentif, bonus kinerja, dan promosi bagi konsumen. Dengan demikian, pengelolaan harga dalam ekosistem *on-demand services* tidak dapat dilepaskan dari sensitivitas konsumen dan ketergantungan penawaran terhadap volume order. Temuan ini menegaskan bahwa kebijakan tarif yang efektif perlu mempertimbangkan mekanisme pasar dan dukungan platform secara menyeluruh, bukan hanya penyesuaian tarif nominal secara parsial.

7. Rekomendasi Kebijakan untuk Keberlanjutan Ekosistem On-Demand Services

Berdasarkan temuan empiris mengenai sensitivitas harga, sempitnya ruang antara *ability to pay* (ATP) dan *willingness to pay* (WTP), serta karakteristik pasar dua sisi yang saling bergantung, keberlanjutan sektor *on-demand services* di Indonesia lebih efektif dijaga melalui pendekatan kebijakan yang berfokus pada stabilitas sistem, kualitas tata kelola, dan adaptasi operasional, dibandingkan melalui intervensi tarif yang bersifat kaku. Dalam konteks ini, kebijakan tarif perlu diposisikan sebagai instrumen pelengkap yang digunakan secara selektif, bukan sebagai tuas utama pengaturan pasar.

7.1. Peran Pemerintah Pusat: Menjaga Stabilitas Sistem dan Meminimalkan Risiko Kebijakan

Pemerintah pusat berperan sebagai penjaga stabilitas ekosistem dan perumus *policy guardrails* yang memastikan keseimbangan antara keterjangkauan layanan, keberlanjutan pendapatan mitra, dan kelangsungan bisnis platform. Pemerintah perlu mempertimbangkan kondisi pasar dalam memutuskan regulasi tarif untuk layanan *ride-hailing* dan *online food delivery*. Mengingat tingginya sensitivitas harga dan potensi dampak berantai dari kenaikan tarif terhadap permintaan dan volume transaksi, intervensi harga yang bersifat administratif perlu dilakukan secara hati-hati dan proporsional. Kebijakan pengaturan harga minimum yang lebih jauh sebaiknya tidak dijadikan pilihan utama guna melindungi seluruh pihak dalam pasar, termasuk konsumen, mitra, dan aplikator.

Terlebih lagi, pengaturan tarif yang berlaku saat ini, baik untuk *ride-hailing* maupun *online food delivery*, telah cukup mampu menjadi instrumen dasar dalam pasar. Tingginya sensitivitas harga pun telah memberikan sinyal kepada seluruh pelaku pasar agar berhati-hati dalam menentukan harga layanan dan keuntungan. Memperhatikan pola ini, peran pemerintah dalam penguatan instrumen non-harga, seperti standar layanan dan persaingan usaha, tata kelola kemitraan, dan perlindungan risiko mitra, dinilai lebih kompatibel dengan karakteristik pasar *on-demand* yang dinamis.

Sejalan dengan itu, pemerintah perlu memanfaatkan data agregat aplikasi sebagai dasar pemantauan kesehatan pasar, termasuk dinamika permintaan, partisipasi mitra, dan struktur persaingan. Pemanfaatan data ini tidak ditujukan untuk memperluas kewajiban pelaporan, melainkan untuk membangun *early warning system* yang memungkinkan deteksi dini atas potensi ketidakseimbangan ekosistem. Selain fungsi pengaturan, pemerintah juga berperan sebagai fasilitator dengan mendorong inovasi kebijakan, termasuk penyediaan ruang uji kebijakan (*regulatory sandbox*), integrasi mitra ke dalam skema perlindungan sosial yang telah ada, serta penguatan kapasitas mitra. Pendekatan ini perlu dilengkapi dengan dialog multipihak berbasis bukti agar kebijakan tetap adaptif terhadap dinamika pasar dan kondisi ekonomi yang berkembang.

7.2. Peran Aplikasi: Pengelola Keseimbangan Pasar dan Penggerak Inovasi Operasional

Sebagai pengelola pasar dua sisi, aplikasi memegang peran kunci dalam menjaga keseimbangan antara permintaan dan penawaran. Temuan studi menunjukkan bahwa stabilitas *volume order* lebih menentukan keberlanjutan pendapatan mitra dibandingkan kenaikan tarif nominal. Oleh karena itu, strategi pengelolaan tarif, promosi, dan insentif perlu diarahkan untuk menjaga stabilitas permintaan secara berkelanjutan, bukan semata-mata mengejar margin jangka pendek.

Di luar aspek harga, aplikasi memiliki ruang strategis untuk menginisiasi inovasi operasional dan layanan guna meningkatkan kualitas pengalaman konsumen sekaligus mendukung produktivitas mitra. Inovasi tersebut dapat mencakup peningkatan keandalan sistem pencocokan, optimalisasi rute dan waktu layanan, diferensiasi produk dan layanan, serta pengembangan fitur yang meningkatkan efisiensi kerja mitra. Inovasi yang berorientasi pada kualitas dan efisiensi ini berpotensi menjaga *volume order* tanpa harus bergantung pada intervensi harga yang berisiko menekan permintaan.

Dalam menjalankan perannya, aplikasi pada dasarnya telah menerapkan praktik transparansi minimum dalam hubungan kemitraan, termasuk dalam penyampaian perubahan kebijakan operasional, penyediaan mekanisme pengaduan, serta pengelolaan skema insentif. Ke depan, penguatan atas praktik yang telah berjalan ini menjadi penting untuk memastikan konsistensi

implementasi, kejelasan komunikasi, dan kepercayaan mitra di tengah dinamika operasional yang terus berubah. Partisipasi aplikator dalam penyediaan data agregat dan dialog kebijakan juga perlu dipandang sebagai kelanjutan dari praktik kolaborasi yang sudah ada, guna memperkuat pengambilan keputusan berbasis bukti yang bertujuan menjaga keberlanjutan ekosistem on-demand services secara keseluruhan.

7.3. Peran Mitra Pengemudi dan Mitra UMKM: Penyangga Penawaran dan Sumber Sinyal Pasar

Mitra pengemudi dan mitra UMKM merupakan penyangga utama sisi penawaran dalam ekosistem *on-demand services*. Fleksibilitas kerja dan ketergantungan pendapatan terhadap volume order menjadikan kedua kelompok ini sangat responsif terhadap perubahan permintaan, tarif, promosi, dan kebijakan operasional platform. Perubahan pola kerja, partisipasi, dan strategi usaha yang dilakukan mitra mencerminkan secara cepat dampak kebijakan dan dinamika pasar, sehingga dapat menjadi sinyal awal atas tekanan terhadap stabilitas ekosistem.

Bagi mitra pengemudi, adaptasi pola kerja merupakan respon rasional terhadap fluktuasi permintaan, sementara bagi mitra UMKM, strategi penyesuaian harga, kualitas produk, dan promosi menjadi mekanisme utama untuk mempertahankan omzet. Oleh karena itu, keberlanjutan penawaran tidak dapat dilepaskan dari upaya menjaga stabilitas permintaan dan kualitas layanan secara sistemik. Mekanisme umpan balik dari mitra, baik melalui platform maupun dialog kebijakan, menjadi elemen penting untuk memastikan bahwa perubahan kebijakan tidak menimbulkan dampak yang tidak diinginkan terhadap kapasitas layanan dan keberlangsungan usaha.

7.4. Peran Konsumen: Penentu Permintaan dan Indikator Keterjangkauan

Konsumen berperan sebagai penentu utama permintaan dan indikator keterjangkauan layanan. Perilaku konsumsi, substitusi antar aplikasi atau moda, serta sensitivitas terhadap harga mencerminkan persepsi nilai layanan dan batas keterjangkauan yang nyata. Temuan studi menunjukkan bahwa *on-demand services* bersifat elastis dan komplementer, sehingga perubahan kecil pada harga atau biaya layanan dapat berdampak signifikan terhadap volume penggunaan. Oleh karena itu, respon konsumen perlu dipahami sebagai sinyal pasar yang penting dalam perumusan dan evaluasi kebijakan, bukan sekadar sebagai hasil akhir dari intervensi kebijakan.

Daftar Pustaka

- Agarwal, S., Charoenwong, B., Cheng, S. F., & Keppo, J. (2022). The impact of ride-hail surge factors on taxi bookings. *Transportation Research Part C: Emerging Technologies*, 136, 103508.
- Asia Connect. (2023). Maxim aims to challenge Grab and Gojek with affordable rides in Indonesia. *Asia Connect*, https://asiacconnectmagazine.com/maxim-aims-to-challenge-grab-and-gojek-with-affordable-rides-in-indonesia/?utm_source=chatgpt.com
- Badan Pusat Statistik. (2024). *Statistik Indonesia 2024*. Jakarta: BPS.
- Badan Pusat Statistik. (2025a). Inflasi Year-on-Year (y-on-y) Januari 2025 sebesar 0,76 persen. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Badan Pusat Statistik. (2025b). *Produk Domestik Bruto Indonesia Triwulan III-2025*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Badan Pusat Statistik. (2025c). *Produk Domestik Bruto Indonesia Triwulanan 2025*. Jakarta: BPS.
- Bank Indonesia. (2025a). *Laporan Inflasi dan Perkembangan Harga Konsumen Tahun 2025*. Jakarta: Bank Indonesia.
- Bank Indonesia. (2025b). *Laporan Perekonomian Indonesia 2025*. Jakarta: BI.
- Bappenas. (2023). *Outlook Ekonomi Digital dan Inklusi Keuangan di Indonesia*. Jakarta: Kementerian PPN/Bappenas.
- Barrero, J. M., Bloom, N., & Davis, S. J. (2021). *Why working from home will stick* (No. w28731). National Bureau of Economic Research.
- Bloom, N., Han, R., & Liang, J. (2022). *How hybrid working from home works out* (No. w30292). National Bureau of economic research.
- Chen, M. K., Rossi, P. E., & Chevalier, J. A. (2019). *The Labor Supply of Uber Drivers*. *American Economic Review*, 109(9), 3139–3179.
- CNBC Indonesia. (2025). *Rayakan HUT ke-80 RI, Ini Sederet Peran Grab untuk Indonesia*. Diakses melalui <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20250817150540-37-658931/rayakan-hut-ke-80-ri-ini-sederet-peran-grab-untuk-indonesia>
- Cohen, P., Hahn, R., Hall, J., Levitt, S., & Metcalfe, R. (2016). *Using big data to estimate consumer surplus: The case of uber* (No. w22627). National Bureau of Economic Research.

- De Stefano, V. (2016). *The Rise of the “Just-in-Time Workforce”*. *Comparative Labor Law & Policy Journal*, 37(3), 471–504.
- Dessyanawaty, L., & Yen, Y. S. (2020). An optimizing omni-channel strategy for ride-hailing companies: The case of GOJEK in Indonesia. *Advances in Management and Applied Economics*, 10(1), 51-59.
- Dolado, J. J., Jáñez, Á., & Wellschmied, F. (2025). Riders on the Storm. IZA DP No. 17740. IZA Institute of Labor Economics. Diakses melalui <https://www.jstor.org/stable/pdf/resrep70454.pdf?acceptTC=true&coverpage=false&addFooter=false>
- Dubal, V. (2021). *The paradox of platform regulation: The case of California’s Proposition 22*. *Comparative Labor Law & Policy Journal*, 42(2), 379–412.
- European Commission. (2022). *Digital Services Act: Ensuring a Safe and Accountable Online Economy*. Brussels: EC.
- Farrell, D., & Greig, F. (2020). *Paychecks, Paydays, and the Online Platform Economy*. JP Morgan Institute.
- Graham, M., Hjorth, I., & Lehdonvirta, V. (2017). *Digital Labor and Development: Impacts of Global Digital Labor Platforms and the Gig Economy on Worker Livelihoods*. *Transfer*, 23(2), 135–162.
- Hagi, A., & Wright, J. (2015). *Multi-Sided Platforms*. *International Journal of Industrial Organization*, 43, 162–174.
- Hall, J. V., & Krueger, A. B. (2018). *An Analysis of the Labor Market for Uber’s Driver-Partners in the United States*. *ILR Review*, 71(3), 705–732.
- ILO. (2021). *World Employment and Social Outlook: The Role of Digital Labor Platforms*. Geneva: ILO.
- ITDP Indonesia. (2022). *Urban Mobility and Ride-Hailing in Greater Jakarta*. Jakarta: ITDP.
- ITF (2023), “Regulating App-based Mobility Services in ASEAN”, International Transport Forum Policy Papers, No. 112 OECD Publishing, Paris.
- ITF (2024), “Regulating app-based mobility: Case Studies from Bangkok, Manila, and Phnom Penh”, International Transport Forum Policy Papers, No. 139 OECD Publishing, Paris.
- Jakpat. (2025). *Consumer Behavior Toward Online Food Delivery Services in Indonesia*. Jakarta: Jakpat.

- Kane, J., Jones, B., & Adler, N. (2021). *The Future of Platform Work in Asia-Pacific*. OECD Working Paper.
- Katta, S., Badger, A., Graham, M., & Bhattacharya, S. (2022). *Regulating platform work in Asia: Emerging models and challenges*. *Journal of Asian Public Policy*, 15(3), 267–285.
- Kementerian Ketenagakerjaan Republik Indonesia. (2021). *Laporan Kajian Perlindungan Pekerja Gig Economy di Indonesia*. Jakarta: Kemenaker RI.
- Kemenkeu. (2024). *Laporan PPN Digital 2024*. Jakarta: Kementerian Keuangan RI.
- Kementerian Kominfo & Google. (2024). *Laporan Ekonomi Digital Indonesia 2024*. Jakarta: Kominfo.
- Kementerian Perhubungan. (2023). *Peraturan Tarif Dasar Transportasi Berbasis Aplikasi*. Jakarta: Kemenhub.
- Kenney, M., & Zysman, J. (2016). *The rise of the platform economy*. *Issues in Science and Technology*, 32(3), 61–69.
- Kontan. (2025). *Konsumsi rumah tangga dan daya beli masyarakat diperkirakan stagnan pada 2025*. Jakarta: Kontan Media.
- Kuek, S. C., Paradi-Guilford, C., Fayomi, T., Imaizumi, S., & Ipeirotis, P. (2015). *The Global Opportunity in Online Outsourcing*. Washington, DC: World Bank.
- Lakshmi, A. Anantha. (2025). *Indonesia's GoTo makes first profit and remains open to Grab merger*. *Financial Times*, http://ft.com/content/1888016c-e2a1-4d92-aca4-9fe9a1ab38f4?utm_source=chatgpt.com
- Li, Zhuoxin and Wang, Gang, *Regulating Powerful Platforms: Evidence from Commission Fee Caps (June 22, 2021)*. Information Systems Research, Forthcoming, Diakses melalui SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3871514> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3871514>
- Louviere, J. J., Hensher, D. A., & Swait, J. D. (2000). *Stated choice methods: Analysis and applications*. Cambridge University Press.
- LPEM FEB UI. (2022). *Dampak Ekosistem GoTo terhadap Pemulihan Ekonomi Indonesia di 2022*. Diakses melalui <https://lpem.org/data-visualization/gotos-contribution-to-the-national-economy-reached-rs-428-trillion/>
- Nomura Research. (2024). *Indonesia Macro Outlook: Post-Pandemic Recovery Trends*. Tokyo: Nomura Institute.

- Novianto, A. (2022). Race to the bottom: competition between Indonesia food delivery platform companies for cheap gig workers. *Developing Economics*, https://developingeconomics.org/2022/04/02/race-to-the-bottom-competition-between-indonesian-food-delivery-platform-companies-for-cheap-gig-workers/?utm_source=chatgpt.com
- OECD. (2021). *Policy Responses to Platform Work in Asia-Pacific*. Paris: OECD Publishing.
- OECD. (2023). *Regulating Digital Labour Platforms: Lessons from Australia and the EU*. Paris: OECD.
- Oliobi, O., Chinhamu, K., & Zewotir, T. (2024). *Comparing two deep-learning models in discrete choice analysis of customers' mobile plan preferences*. *Applied Sciences*, 14(11), 4616.
- Palagashvili, L., Suarez, P., Kaiser, C. M., & Melo, V. (2024). *Assessing the Impact of Worker Reclassification: Employment Outcomes Post-California AB5*. *Mercatus Research Paper*.
- Phua, R., & Choudhury, M. (2022). *The Economics of Southeast Asia's Ride-Hailing Platforms*. National University of Singapore.
- Prasli, J. (2021). *Reclassifying platform workers in the UK: Uber v Aslam and beyond*. *Industrial Law Journal*, 50(4), 587–596.
- Rahman, M. M., Zhang, Y., & Alam, K. (2023). *The gig economy and digital platforms in emerging markets: Opportunities and challenges*. *Technological Forecasting and Social Change*, 192, 122537.
- RISED. (2025). *Survei Nasional Mitra Pengemudi dan Merchant Layanan Daring*. Bandung: Research Institute of Socio-Economic Development.
- Rochet, J.-C., & Tirole, J. (2003). *Platform Competition in Two-Sided Markets*. *Journal of the European Economic Association*, 1(4), 990–1029.
- Rosenblat, A., & Stark, L. (2016). *Algorithmic Labor and Information Asymmetries: A Case Study of Uber's Drivers*. *International Journal of Communication*, 10, 3758–3784.
- Santoso, R., & Nugraha, A. (2022). *Evaluasi dampak regulasi tarif terhadap keberlanjutan platform transportasi daring di Indonesia*. *Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Publik*, 13(2), 101–115.
- Shapiro, A. (2018). *Between autonomy and control: Strategies of arbitrage in the 'on-demand' economy*. *New Media & Society*, 20(8), 2954–2971.

- Shetty, A., Li, S., Tavafoghi, H., Qin, J., Poolla, K., & Varaiya, P. (2022). An analysis of labor regulations for transportation network companies. *Economics of Transportation*, 32, 100284.
- Sunitiyoso, Y., Siallagan, M., Novani, S., Rahayu, W. A., Hasyimi, V., & Tiara, A. R. (2023). *Ride Hailing Industry 2023*. Diakses melalui <https://www.sbm.itb.ac.id/id/2023/09/22/Peneliti-SBM-ITB-merilis-temuan-tentang-industri-transportasi-online-2023/>
- Sutherland, W., & Jarrahi, M. H. (2018). *The Sharing Economy and Digital Platforms: A Review and Research Agenda*. *International Journal of Information Management*, 43, 328–341.
- Rahman, K. S., & Thelen, K. (2019). The rise of the platform business model and the transformation of twenty-first-century capitalism. *Politics & society*, 47(2), 177-204.
- Trade.gov. (2024). *Indonesia eCommerce Market Overview 2024*. Washington, DC: U.S. Department of Commerce.
- Train, K. E. (2009). *Discrete choice methods with simulation* (2nd ed.). Cambridge University Press.
- Utami, D. N., & Hidayat, M. (2023). *Dilema status hubungan kerja pada sektor gig economy di Indonesia*. *Jurnal Hukum & Pembangunan*, 53(1), 45–62.
- Vallas, S., & Schor, J. B. (2020). What do platforms do? Understanding the gig economy. *Annual review of sociology*, 46(1), 273-294.
- Veen, A., Barratt, T., & Goods, C. (2020). *Platform-capital's 'app-etite' for control: A labour process analysis of food-delivery work in Australia*. *Work, Employment and Society*, 34(3), 388–406.
- Wang, P., Gu, Y., Li, C., & Chen, G. (2023). *Discrete choice experiments in health state valuation: A systematic review of progress and new trends*. *PharmacoEconomics*, 41(5), 465–480.
- Wood, A. J., Graham, M., Lehdonvirta, V., & Hjorth, I. (2019). *Good gig, bad gig: Autonomy and algorithmic control in the global gig economy*. *Work, Employment and Society*, 33(1), 56–75.
- World Bank. (2024). *Global Economic Prospects 2024: Global Recovery Amid Uncertainty*. Washington, DC: World Bank.

Penelitian ini disusun oleh peneliti dari **Research Institute of Socio-Economic Development (RISED)**, yakni:

1. Mukhammad Fajar Rakhmadi, S.E., M.Sc
2. Faradilla Rahma Sari, S.E., M.Sc

Kontak kami:

E-mail : rised@rised.or.id

Website : www.rised.or.id

Instagram : [@rised_institution](https://www.instagram.com/rised_institution)