

Analisis Kebijakan dan Desain *TPV Blueprint* untuk *Sharing-Economy* di Indonesia: Evaluasi Dampak serta Rekomendasi Solusi

Ricky Dina Rajendra

Politeknik Keuangan Negara STAN, Tangerang Selatan Indonesia

Corresponding Author: 4121220225_ricky@pknstan.ac.id

Info Artikel

Submitted: 19 Februari 2026

Revised: 27 Februari 2026

Accepted: 02 Maret 2026

Published: 05 Maret 2026

Keywords: *Sharing Economy, Hexahelix, Socioeconomics, Regulation*

Kata Kunci: *Sharing-Economy, Hexahelix, Sosioekonomi, Regulasi*

Abstract

The sharing economy is an economic model that has existed since ancient times, where humans initially hunted, collaborated, and bartered for thousands of years. However, this model underwent a significant transformation when technology was integrated into it. With just one touch, needs and service availability can be instantly identified. On the other hand, the sharing economy can lead to market disruption, regulation, and non-discriminatory treatment (e.g., minimum wage, leave, and safety). This study aims to analyze the development and review the impact of the sharing economy from various aspects, such as the economy, regulation, business competition, and social inclusion, holistically through the Streamlined TPV Blueprint. This framework encompasses systematic and comprehensive agendas in the form of the UTAUT2 technology model, participation theory, and basic value theory. Furthermore, this study provides solutions in the form of a strategic policy package through Hexahelix collaboration and the 3H strategy (Hexa: Optimization, Reformation, Acceleration). This research employed a mixed-method approach: quantitative explanatory research and quantitative descriptive research, while elaborating on qualitative elements presented through information gathering. Data was collected using triangulation, sourced from industry reports, relevant statistical data, the OECD, APJII, accredited journals, and the internet. This data was then reviewed to project the research output in the form of recommendations for an ideal policy package to address the issues raised. The research findings reveal that the sharing economy offers benefits such as resource efficiency, entrepreneurial growth, and social inclusion. However, the sharing economy also poses challenges such as unfair competition with conventional businesses, regulatory controversies, and uncertain worker welfare. Key findings highlight the need for a 3H strategy and Hexahelix collaboration to optimize the development of the sharing economy. This research's novelty lies in its comprehensive analysis of the implications of the sharing economy across various sectors and innovative recommendations for a holistic policy package in the short, medium, and long term.

Abstrak

Sharing-economy merupakan model ekonomi yang telah ada sejak zaman dahulu, di mana pada awalnya manusia berburu, bekerja sama, dan saling barter selama ribuan tahun. Namun, model tersebut mengalami transformasi yang signifikan ketika teknologi terintegrasi di dalamnya. Hanya dengan satu sentuhan, kebutuhan dan ketersediaan layanan dapat langsung ditemukan. Pada sisi lain, sharing-economy dapat menyebabkan disrupsi pasar, regulasi, dan perlakuan non-diskriminatif (e.g. UMR, cuti, dan keselamatan). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perkembangan dan

meninjau dampak sharing-economy dari berbagai aspek, seperti ekonomi, regulasi, persaingan usaha, dan inklusi sosial secara holistik melalui Streamlined TPV Blueprint. Kerangka ini mencakup agenda-agenda yang sistematis dan komprehensif berupa model teknologi UTAUT2, teori partisipasi, dan teori value basic. Selanjutnya, penelitian ini memberikan solusi berupa paket kebijakan strategis melalui kolaborasi Hexahelix dan strategi 3H (Hexa: Optimization, Reformation, Acceleration). Penelitian ini disusun menggunakan metode penelitian jenis campuran, yaitu metode kuantitatif dengan pendekatan explanatory research dan quantitative descriptive, serta mengelaborasi elemen-elemen kualitatif yang disajikan melalui pengumpulan informasi. Data dikumpulkan dengan metode triangulasi yang bersumber dari laporan industri, data statistik terkait, OECD, APJII, jurnal terakreditasi, dan internet. Kemudian, dilakukan pengkajian kembali atas data tersebut dalam memproyeksikan output penelitian berupa rekomendasi paket kebijakan ideal atas permasalahan yang diangkat. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa sharing-economy memberikan manfaat seperti efisiensi sumber daya, pertumbuhan wirausaha, dan inklusi sosial. Namun, sharing-economy juga menimbulkan tantangan seperti persaingan tidak adil dengan bisnis konvensional, polemik regulasi, serta kesejahteraan pekerja yang tidak terjamin. Temuan utama menyoroti perlunya strategi 3H dan kolaborasi Hexahelix untuk mengoptimalkan perkembangan sharing-economy. Keterbaruan penelitian ini adalah menyajikan analisis komprehensif dari implikasi sharing-economy di berbagai sektor serta memberikan inovasi rekomendasi paket kebijakan yang holistik pada jangka pendek, menengah, dan panjang.

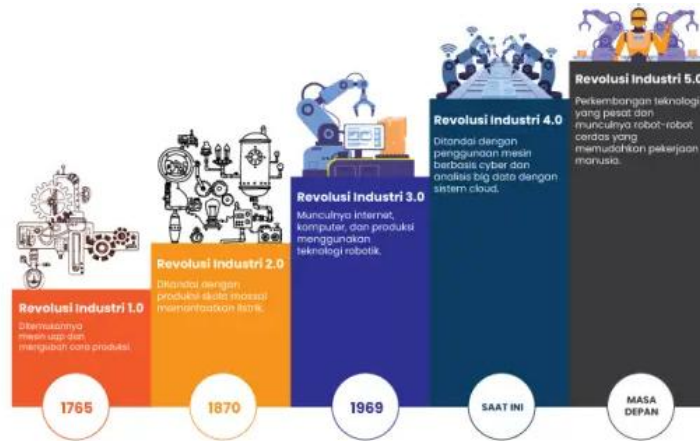


This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

Publisher: Lembaga Penerbit Penelitian Nusantara

PENDAHULUAN

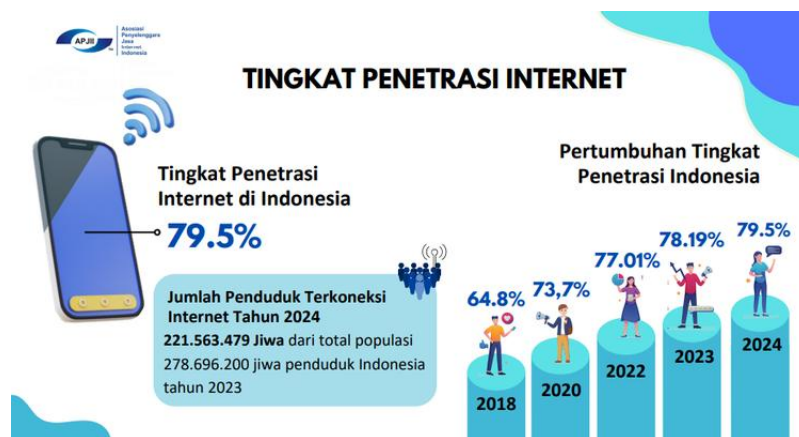
Belum sampai satu dekade setelah diperkenalkannya revolusi industri keempat, dunia telah bersiap untuk memasuki revolusi industri kelima. Jepang pertama kali menggunakan konsep ini pada tahun 2016 (Nagasato et al., 2018). *Artificial Intelligence* (AI), *Robotics Process Automation* (RPA), *Machine Learning*, *Big Data*, dan *Internet of Things* (IoT) akan meningkatkan kualitas interaksi manusia-teknologi pada revolusi industri kelima (Al-Faruqi, 2019). Selanjutnya, masyarakat akan berubah menjadi masyarakat 5.0, yaitu masyarakat yang berpusat pada manusia yang menyeimbangkan kemajuan ekonomi dengan penyelesaian masalah sosial melalui sistem yang mengintegrasikan ruang siber dan ruang fisik dan mempertimbangkan aspek humaniora (CAO Japan, 2018). Masyarakat 5.0 merupakan konsep yang menjelaskan revolusi dalam kehidupan masyarakat melalui pemanfaatan teknologi (terutama internet dan media digital) dan mempertimbangkan aspek humaniora (LinovHR, 2023) (*Gambar 1*).



Gambar 1 Tahapan Revolusi Industri

Sumber: LinovHR (2023)

Pengguna internet dalam skala global mencapai angka 5,35 miliar jiwa pada Januari 2024 (Databoks, 2024). Lebih lanjut, menurut survei APJII (2024), jumlah pengguna internet di Indonesia pada tahun 2024 mencapai 221.563.479 orang, dari 278.696.200 orang yang tinggal di Indonesia pada tahun 2023. Selanjutnya, tingkat penetrasi internet di Indonesia adalah 79,5% yang didapatkan dari hasil bagi pengguna internet dengan total populasi (APJII, 2024) (**Gambar 2**). Tingkat penetrasi tersebut mengindikasikan kontribusi dan partisipasi internet yang tinggi dalam kehidupan bermasyarakat.

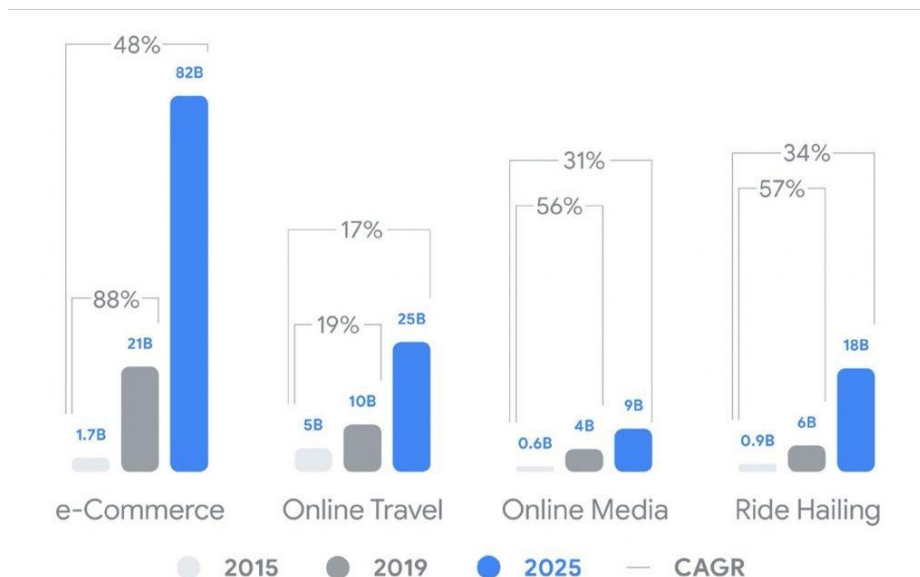


Gambar 2 Tingkat Penetrasi Internet di Indonesia

Sumber: APJII (2024)

Gelombang teknologi digital mendorong sektor bisnis untuk membangun sistem yang dapat diakses oleh seluruh lapisan masyarakat melalui internet. Menurut Findiana (2019), penggunaan internet dalam bisnis telah berkembang dari hanya sarana untuk pertukaran informasi secara elektronik menjadi sarana yang digunakan untuk melaksanakan berbagai strategi bisnis, seperti pemasaran, penjualan, dan pelayanan pelanggan. Pemasaran di internet

biasanya tidak memiliki aturan yang jelas, berbagai hambatan, dan batas negara. Pemasaran konvensional melibatkan lebih banyak pihak daripada pemasaran internet. Oleh sebab itu, penggunaan internet dalam bisnis dan ekonomi lebih diminati karena masifnya pertumbuhan (Geospasia, 2019) (**Grafik 1**) serta adanya *direct marketing* yang menghubungkan langsung konsumen dengan penjual tanpa harus bertemu secara fisik (Septiani dkk, 2021).



Grafik 1 Pertumbuhan Ekonomi Digital Indonesia

Sumber: Geospasia (2019)

Salah satu fenomena yang menjadi akibat dari kemajuan teknologi, globalisasi, dan internet adalah fenomena ekonomi digital berupa *sharing-economy* atau ekonomi berbagi. Welsum (2016) menyatakan bahwa sumber utama inovasi dalam model bisnis tersebut adalah aplikasi dan teknologi *platform*. *Sharing-economy* telah ada sejak zaman dahulu, di mana orang berburu, bekerja sama, dan berdagang satu sama lain selama ribuan tahun (Finley, 2013). Namun, model tersebut mengalami perubahan besar sebagai akibat dari integrasi kemajuan *industrial information economy* dan teknologi informasi (Schiel, 2015; World Economic Forum, 2017). *Sharing-economy* muncul sebagai akibat dari gelombang ekonomi digital, di mana menekankan sistem yang mudah dijangkau oleh seluruh lapisan masyarakat dengan memprioritaskan kolaborasi dan sinergi.

Sharing-economy merupakan model aktivitas ekonomi berbasis *peer-to-peer* (P2P) untuk mendapatkan, menyediakan, atau berbagi akses ke barang dan jasa yang disediakan oleh *platform online* yang berbasis komunitas (The Indonesian Institute, 2019). Namun, *sharing-economy* dapat juga didefinisikan sebagai *access-based economy* (Belk, 2014), *connected consumption* (Schor, 2016), dan *collaborative economy* (Botsman dan Rogers, 2010). Hamari

et al. (2015) mendefinisikan *sharing-economy* dengan empat komponen, yaitu *consumer ideology*, *social commerce*, *sharing online*, dan *online collaboration*. Selain itu, *sharing-economy* dimaknai sebagai aktivitas berbagi aset dan pemanfaatan layanan yang kurang dimanfaatkan antara individu pribadi melalui *platform online* (World Bank, 2018). Kepadanan dari berbagai pengertian sebelumnya yaitu mengacu kepada ‘teknologi terkini’ dan ‘perangkat online’. Hal tersebut menandakan bahwa *sharing-economy* dan teknologi digital memiliki keterkaitan.

Pais dan Provasi (2015) menyatakan bahwa *sharing-economy* terbagi ke dalam 6 (enam) jenis, yaitu FLOSS—*free/libre open source software*, *rental economy*, *on-demand economy*, *peer-to-peer economy*, *social lending and crowdfunding*, serta *time banking and local exchange trading system* (Selloni, 2017). Sementara itu, Botsman (2015), mengungkapkan bahwa terdapat tiga klasifikasi dalam *sharing-economy*:

- 1) *Product Service System* (e.g. Gojek, Grab, Uber);
- 2) *Redistribution Market* (e.g. Bukalapak, Shopee, Tokopedia); dan
- 3) *Peer-to-peer* atau *Collaborative Economy* (e.g. Airbnb, Traveloka).

Persepsi dan tindakan pelanggan semakin bergeser dari *hyperconsumerism* dan preferensi untuk membeli barang, menjadi akses ke barang dan produk "yang diserviskan". Salah satu contohnya adalah *streaming* film di Netflix daripada membeli DVD (Ridwan & Anugrah, 2021). Menurut penelitian Sijabat (2019) tentang hal-hal yang memengaruhi keinginan pengguna untuk menggunakan *sharing-economy*, faktor ekonomi merupakan yang paling dominan dan penting.

Selain itu, pengguna melihat faktor teknologi, di mana 86% responden setuju tentang pentingnya teknologi, diikuti oleh faktor lingkungan (48%) dan sosial (37%). Hamenda (2018) menemukan bahwa praktik etika, keadilan harga, dan kualitas layanan dari platform *sharing-economy* sangat memengaruhi kepuasan pelanggan melalui peran penting dari nilai yang didapatkan. Lebih lanjut, berdasarkan survei pada *Daily Social*, lebih dari 97% responden menyatakan bahwa layanan berbasis *sharing-economy* dapat menggerakkan ekonomi masyarakat (Anggini, 2020).

Sharing-economy menawarkan kecepatan, kemudahan, kenyamanan, dan harga yang lebih terjangkau. Konsumen hanya perlu menekan tombol pencarian di aplikasi untuk menemukan penyedia layanan yang tersedia. Dengan sekali sentuh, kebutuhan dan ketersediaan akan ditemukan secara instan. Sebaliknya, akses terhadap barang dan jasa telah meningkat sebagai akibat dari penurunan biaya transaksi dan harga ponsel yang semakin murah. Akibatnya,

kebutuhan akan skala ekonomi telah dikurangi untuk kelompok marjinal yang tidak memiliki akses terhadap modal dan infrastruktur (Hira, 2017). Menurut Retamal dan Dominish (2017), peningkatan keberlanjutan konsumsi dan dukungan untuk pertumbuhan dan kewirausahaan adalah keuntungan utama dari *sharing-economy* di negara berkembang.

Pada sisi lain, *sharing-economy* dapat menyebabkan disrupsi pasar dan regulasi (Triwijayati & Simaputera, 2019). Harga-harga rendah yang ditawarkan mengalihkan permintaan sehingga berpotensi menurunkan pendapatan penyedia jasa konvensional (Safitri, 2015). Selain itu, aktor-aktor tertentu mungkin tidak terikat pada regulasi yang sama dengan bisnis konvensional sehingga dapat menyebabkan ketidakadilan dalam kompetensi (Cortez, 2014). Lebih lanjut, perlakuan non-diskriminatif (UMR, cuti, stabilitas kerja, keselamatan, dan privasi data) tidak terjamin karena sebagai kontraktor independen, dilindungi/tidaknya pelaku usaha oleh regulasi ketenagakerjaan masih rancu (HIMIESPA, 2020). *Sharing-economy* dengan model bisnisnya yang mengacaukan atau *disruptive* ini melahirkan persoalan hukum baru (Firdaus, 2022). Norma hukum yang ada seakan lumpuh dan tidak mampu mengatur loncatan perkembangannya. Dalam menghadapi fenomena ini, hukum seakan kehilangan daya normatifnya untuk mengatur inovasi yang meloncat dan mengacaukan sistem ekonomi pasar.

Berdasarkan permasalahan yang ada, dapat disimpulkan bahwa model *sharing-economy* berdampak pada *people*, *product*, *service* dan *partnership*. Tinjauan dampak dan analisis perkembangan model bisnis tersebut perlu dianalisis secara mendalam karena fenomena ini tidak hanya memengaruhi cara bisnis dilakukan, tetapi juga memengaruhi ekosistem bisnis secara keseluruhan. Selain itu, perkembangan *sharing-economy* sebaiknya disertai penyesuaian regulasi serta kebijakan pemerintah yang akomodatif, inklusif, dan aplikatif agar penyusunan kebijakan dapat lebih optimal.

Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perkembangan dan meninjau dampak *sharing-economy* dari berbagai aspek, seperti ekonomi, regulasi, persaingan usaha, dan inklusi sosial secara holistik melalui *Streamlined TPV Blueprint*. Kerangka ini berupa model teknologi UTAUT2 (Venkatesh et al., 2012), teori partisipasi (Kim et al., 2015), dan teori *value basic* (Schwartz, 2016), untuk memastikan ketercapaian *sharing-economy* yang *streamlined* (efektif). Selanjutnya, penelitian ini memberikan solusi berupa paket kebijakan strategis yang mencakup agenda-agenda sistematis dan komprehensif berupa strategi 3H (*Hexa: Optimization, Reformation, Acceleration*) yang diterapkan dalam jangka pendek, menengah, dan panjang. Selain itu, kolaborasi *Hexahelix Stakeholders* juga turut menjamin kapabilitas dari solusi yang diangkat.

Penelitian sebelumnya terkait *sharing-economy* cenderung berfokus pada identifikasi peluang dan sikap konsumsi (Anfas, 2022; Mujiyono, 2021; Triwijayati & Simaputera, 2019), tinjauan studi kasus penerapan di industri tertentu (Transportasi: Findiana, 2019; Sijabat, 2017; Kusumastiti & Budi, 2019, Pariwisata: Maulana dkk, 2021; Ridwan & Anugrah, 2021; Miranti & Sudarmawan, 2022), serta sisi pelayanan (Septiani dkk, 2021). Keterbaruan penelitian ini adalah menyajikan analisis komprehensif dari implikasi *sharing-economy* di berbagai sektor serta memberikan inovasi rekomendasi paket kebijakan yang holistik pada jangka pendek, menengah, dan panjang. Penelitian ini memiliki kontribusi terhadap literatur akademis tentang perkembangan model bisnis, tinjauan implikasi penerapan, serta rekomendasi paket kebijakan strategis dalam lingkup *sharing-economy*. Selain itu, penelitian ini dapat memberikan masukan kebijakan bagi *stakeholders* (terutama regulator) dalam mengembangkan kerangka kerja yang lebih baik untuk mendukung perkembangan *sharing-economy*.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini disusun menggunakan metode penelitian jenis campuran, yaitu metode kuantitatif dengan pendekatan *explanatory research* dan *quantitative descriptive*, serta mengelaborasi elemen-elemen kualitatif yang disajikan melalui pengumpulan informasi. Penelitian *explanatory research* adalah penelitian yang berfokus untuk mengidentifikasi, menjelaskan hubungan, dan memprediksi perubahan suatu fenomena dalam hubungannya dengan fenomena lain (M. Sari et al., 2023). Sementara itu, penelitian *quantitative descriptive* adalah penelitian yang menggambarkan variabel secara objektif yang didukung dengan adanya data-data berupa angka dari keadaan yang faktual (Hilmiyah et al., 2023). Data dikumpulkan dengan metode triangulasi yang bersumber dari laporan industri, data statistik terkait, OECD, APJII, jurnal terakreditasi, dan internet. Kemudian, dilakukan pengkajian kembali atas data tersebut dalam memproyeksikan output penelitian berupa rekomendasi paket kebijakan ideal atas permasalahan yang diangkat.

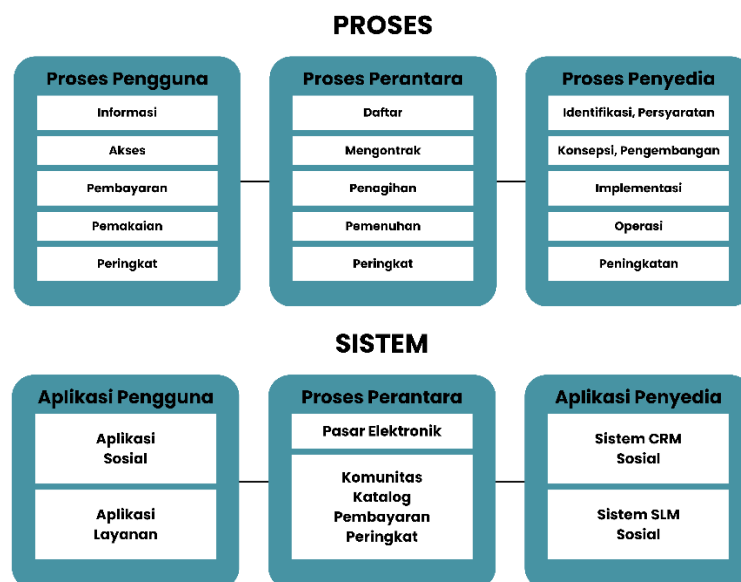
HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Tinjauan Perkembangan Model Bisnis *Sharing-Economy*

Dalam sejarahnya, *sharing-economy* terjadi ketika seseorang memiliki barang, tetapi tidak digunakan secara optimal. Hal tersebut menyebabkan *excess supply* pada fungsi barang.

Dalam mengurangi kelebihan penawaran, individu mulai menggunakan sistem barter (Hamari, J. 2015). Namun, ada kelemahan yang dihadapi, yaitu transaksi gagal ketika individu menginginkan barang dari orang lain, tetapi orang tersebut tidak tertarik pada barang yang dimiliki oleh individu pertama. Seiring berjalannya waktu, *sharing-economy* terus berkembang dan tidak hanya berhenti pada sistem barter.

Model bisnis *sharing-economy* terfragmentasi ke dalam tiga komponen, yaitu *Redistribution Market (e-commerce)*, *Collaborative Economy (co-working space)*, *Product Service System* (jasa transportasi online). *Sharing-economy* dilihat sebagai sinergi antara teknologi, informasi, dan pemasaran yang mempromosikan budaya baru di mana pelanggan lebih memilih akses daripada kepemilikan. Hal tersebut mewakili model bisnis inovatif yang berpotensi menjadi jalur menuju pembangunan ekonomi berkelanjutan dan efisiensi energi.



Gambar 3 Proses dan Sistem dalam *Sharing-Economy*

Sumber: Puschmann & Alt (2016), Diolah

Dalam perkembangannya, proses-proses utama yang terlibat dalam *sharing-economy* terbagi menjadi proses dan sistem (Puschmann & Alt, 2016) (**Gambar 3**). Pada tingkat tertinggi, terdapat tiga kategori proses, yaitu proses pengguna, proses perantara, dan proses penyedia. Proses pengguna mencakup akses, informasi, pemesanan, pembayaran, dan pemanfaatan. Proses perantara mencakup daftar, mengontrak, menegosiasi, pemesanan, dan pembayaran. Proses penyedia mencakup identifikasi, pernyataan, kompensasi, pengarahan, implementasi, operasi, dan peningkatan. Pada tingkat di bawahnya, terdapat sistem aplikasi pengguna, aplikasi sosial, dan aplikasi layanan. Sistem ini terhubung dengan proses perantara seperti pasar elektronik, komunitas, penyewaan, dan pembayaran. Kemudian, proses perantara

ini terhubung dengan deskripsi layanan dan standardisasi. Secara keseluruhan, **Gambar 3** memberikan ilustrasi menyeluruh tentang berbagai komponen dan interaksi yang terlibat dalam ekosistem *sharing-economy*, yang memungkinkan pertukaran sumber daya dan layanan antara pengguna serta penyedia melalui *platform* perantara.

Masyarakat Indonesia memanfaatkan kemudahan akses ke teknologi dan informasi untuk menghasilkan *value* yang menguntungkan. Hal ini ditandai dengan munculnya *platform online* lokal dan asing yang semakin menjamur. Beberapa di antaranya adalah Gojek, Tokopedia, Traveloka, dan Bukalapak. Sebagai *unicorn*—sama dengan tiga perusahaan lain—Gojek bahkan telah mencapai nilai valuasi USD 10 miliar (Yulinda, 2021).



Gambar 4 Disrupsi Digital akibat *Sharing-Economy*

Sumber: World Bank (2016)

Melansir dari Business Environment Forum oleh World Bank Group (2016), *digital disruption* telah menyebabkan perubahan yang signifikan di dunia industri (**Gambar 4**).

Tabel 1 Perkembangan Jenis *Sharing-Economy* di Indonesia

No	Nama Aplikasi	Deksripsi	Dasar Jenisnya
1	Gojek, Grab, Uber, Maxim, InDrive, Anterin, OjekBro, OKEJEK, She-Jek, JogjaKita, KURURIO,	Industri <i>ride-hailing</i> atau angkutan panggilan di Indonesia melalui <i>online platform</i>	Transportasi Online
2	Airbnb, Traveloka, Tiket.com, Agoda, Nusatrip, Via.com, Expedia, MyTrip, Booking.com, Tripadvisor, Trivago, RedDoorz, OYO	Akomodasi kebutuhan <i>traveling</i> di Indonesia melalui <i>online platform</i>	<i>Travel Agent</i>

3	Shopee, Tokopedia, Bukalapak, Blibli, JD.ID, Lazada, Zalora, Sorabel, OLX, Amazon	Transaksi komersial atau penjualan <i>online</i> antara penjual dan pembeli	<i>E-Commerce</i>
4	Spotify, Netflix, Youtube, Disney+, JOOX, Apple Music, HBO GO, Viu, Vidio	Layanan <i>streaming</i> maupun langganan paket berbasis <i>online</i>	Konten
5	MPM Rent, TRAC, Assa Rent, Golden Bird, Europcar Indonesia, Khai, Nemob	Skema sewa yang digunakan perusahaan untuk menyewakan <i>underused items</i>	<i>Rental Economy</i>
6	Amartha, Investree, KoinWorks, AsetKu, Modalku, Danamas, Kredit Pintar	Perusahaan <i>peer-to-peer</i> (P2P) <i>lending</i> yang menghubungkan investor kepada pelaku UMKM	Social Lending

Sumber: Diolah Penulis

Dalam sepuluh tahun terakhir, kebutuhan konsumen telah berubah dan kemajuan teknologi telah menyebabkan *sharing-economy* hadir dan berkembang pesat di banyak industri di Indonesia (Kumar et al., 2018; Zhu et al., 2017) (**Tabel 1**). Pola *sharing economy* menjadi jawaban atas dinamika permasalahan modal yang dihadapi masyarakat, di mana sebelumnya kegiatan ekonomi dikuasai oleh pola *owning-economy*. Hilangnya hambatan kepemilikan serta kemudahan akses terhadap barang dan jasa membawa dampak positif pada pengguna/konsumen (Triwijayati & Simaputera, 2019). Hal tersebut terindikasi dengan meningkatnya popularitas *sharing-economy* sebagai bentuk pergeseran dari *asset-heavy era* ke *asset-light era* (Bardhi dan Eckhardt, 2012).

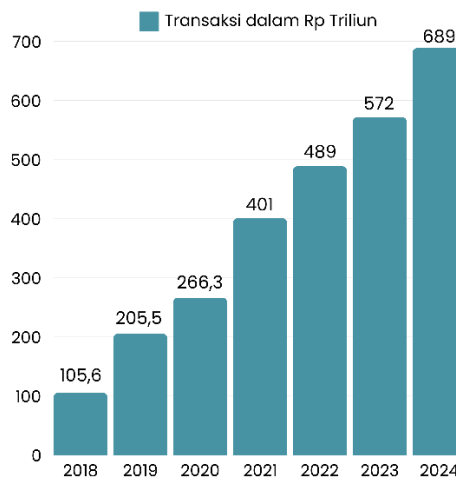


Gambar 5 Negara dengan Persentase Pengguna *E-Commerce* Tertinggi

Sumber: GoodStats (2021)

Lebih mengerucut, penggunaan konsep *sharing-economy* dalam bentuk aplikasi *e-commerce* terus bertambah. Kementerian Keuangan menyatakan bahwa *e-commerce* merupakan penyebaran, pembelian, pemasaran, dan penjualan produk (barang dan jasa) dengan menggunakan jaringan internet (termasuk dalam konsep *sharing-economy*). Tren belanja *online* semakin populer belakangan ini, ditambah dengan kondisi pandemi COVID-19 yang membatasi mobilitas. Menurut data Hootsuite dan We Are Social (2021), Indonesia memiliki pengguna *e-commerce* terbanyak di dunia (**Gambar 5**). Dalam beberapa bulan terakhir, 88,1% pengguna internet berusia 16-64 tahun di Indonesia telah menggunakan *e-commerce* untuk membeli barang.

Nilai Transaksi E-Commerce di Indonesia

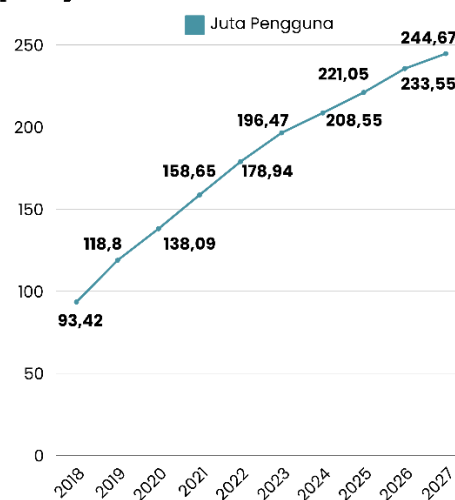


Grafik 2 Nilai Transaksi E-Commerce di Indonesia

Sumber: Bank Indonesia (2023), Diolah

Selanjutnya, tercatat nilai transaksi di *e-commerce* cenderung mengalami kenaikan dari tahun 2018 hingga 2023. Menurut laporan Bank Indonesia (2023), nilai transaksi di *e-commerce* mencapai Rp572 triliun pada tahun 2023 (*Grafik 2*).

Pengguna E-Commerce di Indonesia Diproyeksikan Terus Meningkat



Grafik 3 Pengguna E-Commerce di Indonesia

Sumber: GoodStats (2023), Diolah

Pada tahun 2022, pengguna *e-commerce* telah mencapai 178,94 juta pengguna dan diproyeksikan akan tumbuh sampai 2027 (Statista, 2022) (*Grafik 3*). Selain itu, *platform* bisnis *online* menggunakan media sosial untuk memasarkan produk dan jasa mereka. Banyaknya promo-promo menarik meningkatkan minat pelanggan untuk menggunakan *e-commerce* dan

layanan berbasis internet lainnya. Lebih lanjut, pembeli dan penjual secara signifikan terus meningkat untuk mencoba dan bergabung dalam *sharing-economy* (melalui platform *online*) di Indonesia karena akses keluar-masuk yang mudah (*Tabel 2*).

Tabel 2 Pertumbuhan Pengguna *Sharing-Economy* Perusahaan Unicorn di Indonesia

Nama	Perkembangan	Sumber
Gojek	Masing-masing dalam Q1, Q2, Q3, Q4 tahun 2022 sebesar 64,6 juta, 67,2 juta, 67 juta, 64 juta	Momentum Works, 2023
Grab	Masing-masing dalam Q1, Q2, Q3, Q4 2022 sebesar 30,9 juta, 32,6 juta, 33,5 juta, 33,6 juta	Momentum Works, 2023
Agoda	<i>Market share</i> sebesar 43,6% pada akhir Q1 2023	Groundhog, 2023
Traveloka	<i>Market share</i> sebesar 30,4% pada akhir Q1 2023	Groundhog, 2023
Shopee	Sejumlah 167 juta pengunjung pada Q2 2023	Similar Web, 2023
Tokopedia	Sejumlah 107,2 juta pengunjung pada Q2 2023	Similar Web, 2023

Sumber: Diolah Penulis (2026)

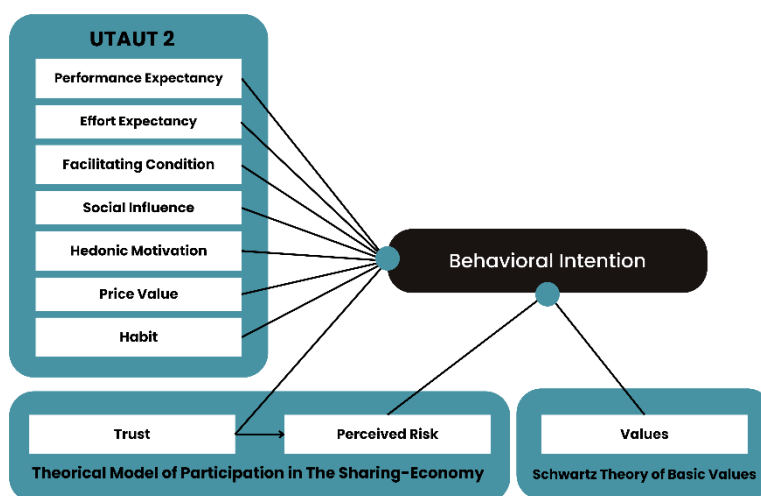
2. Tinjauan Dampak (Implikasi) Perkembangan Model Bisnis *Sharing-Economy*

Melansir dari Amalia (2024), *Blueprint* merupakan kerangka kerja konseptual yang terperinci sebagai basis *policy making*. Kerangka tersebut meliputi penyusunan strategi, penetapan tujuan dan sasaran, fokus kegiatan, pelaksanaan program, serta prosedur atau implementasi yang harus dilakukan setiap unit. Dalam meninjau implikasi dari perkembangan *sharing-economy* di Indonesia, penulis menggunakan kerangka berupa *TPV Blueprint*.

TPV Blueprint:

Kerangka kerja konseptual *TPV Blueprint* mengintegrasikan kolaborasi antara model teknologi berupa *User Acceptance and Use of Information Technology* (UTAUT2) (Venkatesh, et al., 2012), teori partisipasi dari *Theoretical Model of Participation in The Sharing-Economy*

(Kim et al., 2015), dan teori *value* dari *Schwartz Basic Values Theory* (Schwartz, 2016) untuk memastikan ketercapaian *sharing-economy* yang *streamlined* (efektif) (**Gambar 6**).



Gambar 6 TPV Blueprint

Sumber: Diolah Penulis

UTAUT2 mempelajari penerimaan dan penggunaan teknologi dalam konteks aplikasi *online* dari sudut pandang konsumen. Dalam model ini terdapat beberapa faktor, seperti:

- a) *Performance Expectancy*;
- b) *Effort Expectancy*;
- c) *Facilitating Condition*;
- d) *Social Influence*;
- e) *Hedonic Motivation*;
- f) *Price Value*; dan
- g) *Habit*.

Teori Pertukaran Sosial (*Social Exchange Theory*) menawarkan model teoretis partisipasi dalam *sharing-economy* (Septiani dkk, 2021). Menurut model ini, kepercayaan (*trust*) dan persepsi berkontribusi pada keinginan untuk berpartisipasi dalam *sharing-economy*. Model ini juga mengusulkan bahwa dukungan sistemis seperti reputasi (*reputation*), kehadiran sosial (*social presence*), kebaikan (*benevolence*) adalah komponen yang membangun kepercayaan. Membangun reputasi adalah motivasi yang kuat untuk berpartisipasi aktif, menurut penelitian sebelumnya tentang jaringan online (Slee, 2013). Adapun kebaikan (*benevolence*) didefinisikan sebagai keyakinan bahwa layanan ekonomi berbagi komersial benar-benar berfokus pada kepuasan pelanggan (Ba & Pavlou, 2002). Selain itu, model ini menilai bahwa *relative advantage*, seperti *social benefit*, *economic benefit*, dan *epistemic benefit* dapat menjelaskan acuan dari niat berperilaku mengadopsi *sharing-economy* (Kim et al., 2015).

Selanjutnya, teori nilai-nilai dasar Schwartz (*Schwartz Theory of Basic Values*) menggunakan *value* untuk mengidentifikasi kelompok budaya masyarakat dan individu, serta

untuk mengidentifikasi dan menjelaskan motivasi yang mendasari sikap atau perilaku tertentu (Schwartz, 2012). Oleh karena itu, *value* yang relevan dapat dipertimbangkan dalam penelitian tentang komponen yang mendorong niat berperilaku untuk mengadopsi *sharing-economy*. Terdapat 10 jenis motivasi yang diidentifikasi oleh teori terbaru tentang nilai-nilai ini, yaitu universalisme, stimulasi, kesesuaian, arah diri, kekuasaan, kebaikan, kesenangan, tradisi, keamanan, dan pencapaian (Schwartz, 2012).

Kombinasi ketiga model ini memungkinkan analisis yang menyeluruh, meliputi faktor teknologi (UTAUT2), faktor partisipasi dan persepsi (Teori Partisipasi), serta faktor nilai dan motivasi budaya (Teori Schwartz). Dengan mengintegrasikan ketiga aspek tersebut, *TPV Blueprint* memberikan kerangka yang lengkap untuk memahami penerimaan, penggunaan, dan partisipasi masyarakat dalam *sharing economy*. Lebih lanjut, alasan penggabungan ketiga model ini adalah untuk mencapai perspektif yang holistik dan komprehensif. Masing-masing model memiliki fokus yang berbeda, tetapi saling melengkapi dalam menjelaskan fenomena *sharing-economy* secara menyeluruh, baik dari sisi teknologi, perilaku partisipasi, maupun nilai-nilai yang mendasarinya.

Berdasarkan kerangka konseptual tersebut, penulis meninjau implikasi perkembangan *sharing-economy* dalam **Tabel 3** berikut.

Tabel 3 Tinjauan *Sharing-Economy* Menggunakan *TPV Blueprint*

Faktor	Implikasi Positif	Implikasi Negatif
<i>Performance Expectancy</i>	Konsumen mempercayai bahwa menggunakan layanan <i>sharing economy</i> akan meningkatkan kinerja dalam memenuhi kebutuhan mereka, seperti efisiensi waktu, kemudahan akses, dan kualitas layanan yang lebih baik. Menurut penelitian Suthahar et al. (2020), ekspektasi kinerja memiliki pengaruh positif terhadap niat untuk mengadopsi ekonomi berbagi di kalangan mahasiswa di Malaysia.	Studi oleh Wang et al. (2019) menemukan bahwa jika layanan <i>ride-sharing</i> tidak memenuhi ekspektasi kinerja, dapat menyebabkan kekecewaan dan menurunkan niat untuk menggunakan layanan tersebut.
<i>Effort Expectancy</i>	Kemudahan dalam menggunakan aplikasi atau platform <i>sharing economy</i> mendorong adopsi yang lebih luas oleh	Menurut Hawlitschek et al. (2018), <i>interface platform</i> yang kompleks dan sulit digunakan merupakan salah

Analisis Kebijakan dan Desain TPV Blueprint untuk Sharing-Economy di Indonesia: Evaluasi Dampak serta Rekomendasi Solusi
Ricky Dina Rajendra

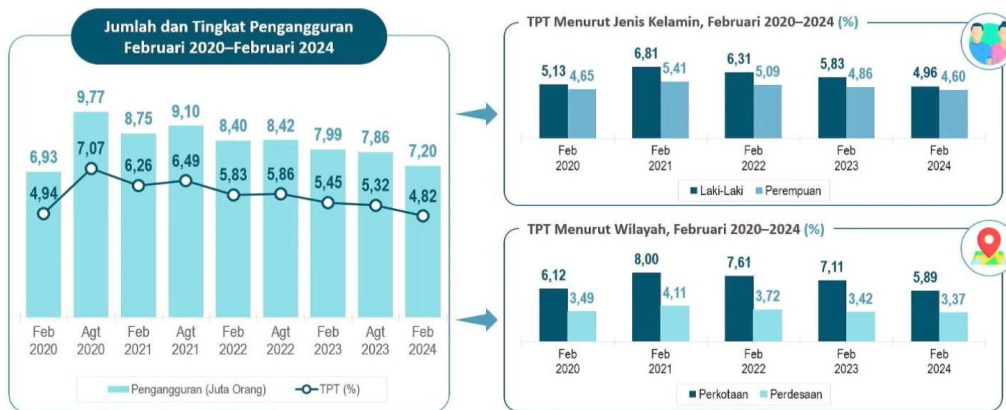
	<p>konsumen. Penelitian Gao et al. (2020) menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan aplikasi memiliki dampak positif terhadap adopsi ekonomi berbagi di Cina.</p>	<p>satu hambatan utama bagi konsumen untuk mengadopsi ekonomi berbagi.</p>
<i>Facilitating Condition</i>	<p>Ketersediaan sumber daya seperti koneksi internet, perangkat digital, dan infrastruktur pendukung akan memfasilitasi adopsi <i>sharing economy</i> secara lebih luas. Studi oleh Sikadi et al. (2022) menyatakan bahwa ketersediaan infrastruktur dan sumber daya memfasilitasi adopsi ekonomi berbagi di Afrika Selatan.</p>	<p>Laporan dari OECD (2016) mengungkapkan bahwa kurangnya akses internet dan perangkat digital di daerah terpencil dapat menghambat pertumbuhan ekonomi berbagi.</p>
<i>Social Influence</i>	<p>Pengaruh sosial dari lingkungan sekitar yang menggunakan layanan <i>sharing economy</i> dapat mendorong konsumen lain untuk mengadopsinya. Penelitian Liang et al. (2018) menemukan bahwa pengaruh sosial dari teman dan keluarga secara positif memengaruhi niat untuk mengadopsi ekonomi berbagi di Cina.</p>	<p>Studi oleh Paraskevopoulou et al. (2020) menunjukkan bahwa persepsi negatif dari lingkungan sosial terhadap ekonomi berbagi dapat menghambat adopsi di Yunani.</p>
<i>Hedonic Motivation</i>	<p>Persepsi kesenangan dan hiburan yang ditawarkan oleh layanan <i>sharing economy</i> dapat menarik minat konsumen, terutama generasi muda. Menurut penelitian Hamari et al. (2016), motivasi hedonis seperti kesenangan dan hiburan merupakan salah satu faktor utama yang mendorong partisipasi dalam ekonomi berbagi.</p>	<p>Studi oleh Barnes dan Mattsson (2017) menemukan bahwa jika layanan ekonomi berbagi tidak mampu memberikan pengalaman yang menyenangkan, dapat menurunkan minat konsumen untuk menggunakannya.</p>
<i>Price Value</i>	<p>Harga yang terjangkau dan nilai yang diperoleh dari layanan <i>sharing economy</i> menjadi daya tarik bagi konsumen. Penelitian Tussyadiah dan Pesonen</p>	<p>Menurut studi oleh Möhlmann (2015), jika harga dinilai terlalu tinggi atau tidak sepadan dengan manfaat yang diperoleh, dapat mengurangi</p>

	(2018) menunjukkan bahwa harga yang terjangkau merupakan salah satu daya tarik utama bagi konsumen untuk menggunakan layanan ekonomi berbagi akomodasi.	minat konsumen terhadap ekonomi berbagi.
<i>Habit</i>	Kebiasaan menggunakan layanan <i>sharing economy</i> yang telah terbentuk akan mendorong kontinuitas penggunaan di masa depan. Penelitian Barnes dan Mattsson (2016) menemukan bahwa kebiasaan menggunakan layanan ekonomi berbagi secara konsisten dapat mendorong penggunaan berkelanjutan di masa depan.	Studi oleh Ganapati dan Reddick (2018) menunjukkan bahwa kebiasaan menggunakan layanan konvensional dapat menjadi hambatan untuk beralih ke layanan ekonomi berbagi.
<i>Trust</i>	Kepercayaan terhadap platform <i>sharing economy</i> mendorong konsumen untuk melakukan transaksi dan menggunakan layanannya. Menurut Ter Huurne et al. (2017), kepercayaan terhadap platform ekonomi berbagi merupakan faktor penting yang mendorong konsumen untuk melakukan transaksi.	Studi oleh Mao dan Lyu (2017) mengungkapkan bahwa kurangnya kepercayaan, seperti kekhawatiran tentang keamanan data, dapat menghambat adopsi ekonomi berbagi.
<i>Values</i>	Nilai-nilai seperti keberlanjutan, kebaikan, dan dorongan untuk mencoba hal baru dapat mendorong konsumen mengadopsi <i>sharing economy</i> . Penelitian Parguel et al. (2017) menemukan bahwa nilai-nilai seperti keberlanjutan dan kebaikan dapat mendorong konsumen untuk mengadopsi ekonomi berbagi.	Studi oleh Nur dan Rahim (2021) menunjukkan bahwa jika ekonomi berbagi dinilai bertentangan dengan nilai-nilai budaya masyarakat tertentu, dapat menghambat penerimaan konsumen.
<i>Perceived Risk</i>	Risiko yang dirasakan rendah, seperti adanya jaminan keamanan dan perlindungan konsumen, menjadi faktor peningkatan minat adopsi <i>sharing economy</i> . Menurut penelitian Hamari et	Studi oleh Ranjbari et al. (2018) mengungkapkan bahwa persepsi risiko yang tinggi, seperti risiko finansial dan privasi, merupakan hambatan besar bagi konsumen untuk

	al. (2016), persepsi risiko yang rendah dan adanya jaminan keamanan dapat meningkatkan minat adopsi ekonomi berbagi.	menggunakan layanan ekonomi berbagi.
<i>Behavioral Intention</i>	Niat atau kecenderungan yang tinggi dari konsumen untuk mengadopsi <i>sharing economy</i> akan mendorong pertumbuhan dan perkembangan sektor ini. Penelitian Tussyadiah (2016) menunjukkan bahwa niat atau kecenderungan yang tinggi dari konsumen untuk mengadopsi ekonomi berbagi akan mendorong pertumbuhan sektor ini.	Studi oleh Bucher et al. (2019) menemukan bahwa jika niat perilaku konsumen rendah, dapat menghambat penyebaran dan adopsi layanan ekonomi berbagi secara luas.

Sumber: Penulis, 2026

DAMPAK SOSIOEKONOMI:



Gambar 7 Tren Menurun TPT di Indonesia

Sumber: BPS (2024)

Kehadiran *sharing-economy* menjadi salah satu faktor kontribusi pada penurunan Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) Indonesia (**Gambar 7**). *Sharing economy* membuka peluang lapangan kerja baru dalam berbagai sektor, seperti transportasi (misalnya driver ojek online), akomodasi (tuan rumah Airbnb), dan pekerjaan lepas (freelancer di platform digital). Ini memberikan pilihan pekerjaan alternatif bagi individu yang sebelumnya menganggur atau mencari pekerjaan.

Sharing-economy juga menyebabkan kenaikan jumlah tenaga kerja di Indonesia (**Gambar 8**). Beberapa alasannya, yaitu menciptakan peluang kerja baru yang fleksibel dan mudah diakses, sehingga menarik lebih banyak orang untuk berpartisipasi dalam angkatan

kerja; memungkinkan individu untuk memiliki pekerjaan sampingan atau tambahan di samping pekerjaan utama mereka, sehingga meningkatkan jumlah pekerja; serta rendahnya batasan masuk untuk bergabung dalam berbagai jenis pekerjaan di *platform sharing economy*, sehingga menarik lebih banyak orang yang sebelumnya menganggur atau tidak bekerja.

Sektor	Presentase	Jumlah kenaikan	GOJEK	Kontribusi	GRAB	Kontribusi
Jasa kemasyarakatan	8,47%	1,52 juta orang	Go-Ride	Rp16,5 Triliun	Grabbike	Rp15,7 Triliun
Perdagangan	3,43%	1,01 juta orang	Go-Car	Rp8,5 Triliun	Grabcar	Rp9,7 Triliun
Transportasi, pergudangan, komunikasi	9,78%	500 ribu orang	Go-Food	Rp18 Triliun	Grabfood	20,8 Triliun
			TOTAL	Rp44,2 Triliun	TOTAL	Rp49 Triliun

Gambar 8 Perkembangan Positif Akibat *Sharing-Economy*

Sumber: CSIS (2018); LD FEB UI (2018)

Lebih lanjut, kombinasi antara konsep *peer-to-peer* dan pemanfaatan teknologi dapat mengurangi biaya transaksi dalam *sharing-economy* dalam tiga cara, yaitu mengurangi biaya pencarian dengan menyediakan berbagai pilihan; membangun sistem kepercayaan yang tinggi di antara pihak yang terlibat dalam transaksi; dan menyediakan metode pembayaran yang transparan dan akuntabel. Hal tersebut tidak hanya memiliki manfaat ekonomi seperti menurunkan biaya dan memberikan layanan berkualitas tinggi, tetapi juga memiliki manfaat psikologis seperti rasa kebersamaan atau *sense of community belonging* (Mohlmann, 2015). Hira (2017) menyatakan bahwa *sharing-economy* memiliki banyak keuntungan, salah satunya adalah mengurangi biaya transaksi. Hal tersebut termasuk mengurangi biaya perantara (*middlemen*) yang terlibat dalam proses penjualan antara pembeli dan penyedia barang/jasa.

Pada sisi lain, *sharing-economy* dapat menyebabkan disrupsi pasar dan regulasi (Triwijayati & Simaputera, 2019). Harga-harga rendah yang ditawarkan mengalihkan permintaan sehingga berpotensi menurunkan pendapatan penyedia jasa konvensional (Safitri, 2015). Kompetisi yang tidak adil juga dapat terjadi karena terdapat aktor-aktor tertentu yang tidak terikat pada regulasi yang sama dengan bisnis konvensional (Cortez, 2014). Lebih lanjut, perlakuan non-diskriminatif (UMR, cuti, stabilitas kerja, keselamatan, dan privasi data) tidak terjamin karena sebagai kontraktor independen, dilindungi/tidaknya pelaku usaha oleh regulasi ketenagakerjaan masih rancu (HIMIESTA, 2020). *Sharing-economy* dengan model bisnisnya yang mengacaukan atau *disruptive* ini melahirkan persoalan hukum baru (Firdaus, 2022).

Dengan mendorong diskusi dua arah antara bisnis dan penyedia jasa, pemerintah dapat mengurangi disparitas daya tawar yang terjadi. Banyaknya perusahaan dalam *sharing-economy* yang masih dalam fase titik impas dan kerugian menyebabkan pemberian benefit pekerjaan

merupakan kebijakan yang kurang tepat bagi mereka. *Sharing-economy* juga berkaitan dengan tantangan yang disebabkan oleh kebingungan hukum. Contohnya, Grab bisa dianggap sebagai *taxi company* atau *software developer*, sementara Airbnb bisa dianggap sebagai hotel, *rental agency*, atau *software product provider*. Dalam praktiknya, mereka tidak sepenuhnya masuk dalam kategori-kategori tersebut, tetapi berada di tengah-tengah. Perbedaan antara fenomena *peer-to-peer economy* dan usaha konvensional terjadi di titik tolak konflik antara kewajiban untuk mendaftarkan usaha kepada pemerintah. Oleh karena itu, perkembangan industri ini sebaiknya disertai oleh penyesuaian regulasi yang berlandaskan hukum serta kebijakan pemerintah yang akomodatif, inklusif, dan aplikatif. Diperlukan suatu tinjauan kritis bersamaan dengan solusi yang realistis agar penyusunan kebijakan dapat lebih optimal, tepat guna, dan tepat sasaran.

Dalam aspek ekonomi, *sharing-economy* menjadi aktor baru yang datang dengan sistem dan risiko baru, tetapi bermain di ladang lama. Konsekuensinya, konflik horizontal menjadi tidak terelakkan, dipicu oleh terkikisnya dominasi aktor lama dan lahirnya ketakutan para pelaku usaha lama terhadap penurunan kemampuan untuk memenuhi kebutuhan dasar (insekuritas ekonomi). Dalam aspek regulasi, bisnis berbasis *peer-to-peer* tersebut perlu diatur dan mendapatkan perlakuan yang sama dengan usaha konvensional, seperti aturan pajak, pendaftaran usaha ke pemerintah, kepemilikan berbasis platform, dan kepastian hukum.

3. Rekomendasi Solusi (Paket Kebijakan Strategis)

A. Stakeholders Analysis: Hexahelix Strategy

Menanggapi berbagai tantangan yang terjadi, konsep kolaborasi Hexahelix dapat menjadi solusi yang tepat guna dan tepat sasaran. Hexahelix merupakan kolaborasi multi aktor yang melibatkan sinergi lintas sektor untuk berbagi peran. Adapun 6 (hexa) komponen yang terlibat, yaitu *Academician*, *Business*, *Community*, *Government*, *Law and Regulation*, dan *Media* (Anisykurlillah, 2024) (**Gambar 9**). Tujuannya untuk mendukung perwujudan SDGs dalam mencapai percepatan perbaikan lingkungan hidup, kesejahteraan masyarakat, dan pembangunan ekonomi.

Tabel 5 Stakeholders Terlibat

Pihak Terlibat	Peranan
Akademisi (<i>Academician</i>)	• Konseptor, edukator, dan analisator

	<ul style="list-style-type: none"> • Menjalankan studi penelitian sebagai dasar perbaikan dan pembaruan program • Menyempurnakan kebijakan mendatang dan mengevaluasi kebijakan eksisting berdasarkan kajian ilmiah • Penelitian dapat dilakukan dengan studi empiris terhadap masyarakat serta studi banding untuk membandingkan yang berlaku saat ini
Industri (<i>Business</i>)	<ul style="list-style-type: none"> • Inkubator dan fasilitator sektor usaha • Menghadirkan pasar ekonomi yang tidak hanya terpaku pada berorientasi pada keuntungan • Melibatkan tanggung jawab sosial perusahaan dengan menggandeng masyarakat dan tetap memperhatikan aspek <i>sustainability</i> • Menangkap peluang insentif pemerintah guna bertransformasi • Berkolaborasi sebagai motor penggerak ekonomi
Masyarakat (<i>Community</i>)	<ul style="list-style-type: none"> • Pengguna, pelaksana, penyedia layanan, dan kolaborator • Memfasilitasi realisasi paket kebijakan sekaligus bertindak sebagai <i>whistleblower</i> pelaksanaan dan memberikan masukan atas kebijakan pemerintah • Mengedukasi diri terhadap kebijakan pemerintah dan manfaatnya
Pemerintah (<i>Government</i>)	<ul style="list-style-type: none"> • Regulator (e.g. zonasi, syarat izin, pajak, <i>level of playing field</i>), fasilitator (e.g. sarana prasarana, modal usaha), dan kolaborator • Bertanggung jawab dalam pelaksanaan monitoring dan evaluasi • Memanfaatkan instrumen program, kebijakan, dan regulasi pusat dan daerah untuk mendukung pembangunan ekosistem yang kondusif

	<ul style="list-style-type: none"> • Berkoordinasi dan bersinergi dengan <i>stakeholders</i> terkait agar <i>sharing-economy</i> dapat dilaksanakan dengan tepat guna • Pemerintah juga perlu memberikan insentif, edukasi, dan sosialisasi agar terjadi <i>voluntary compliance</i> dalam pelaksanaan kebijakan • Mencegah monopoli, menjaga masyarakat dari penggunaan produk yang berbahaya, memenuhi kebutuhan masyarakat jika terjadi kelangkaan produk, serta memungut pajak dari transaksi ekonomi untuk kemudian digunakan bagi kepentingan umum • Memastikan pengawasan dan penegakan hukum dalam pelaksanaannya supaya keberlanjutan paket kebijakan dapat dipastikan guna mewujudkan pelaksanaan <i>sharing-economy</i> yang optimal
<p style="text-align: center;">Hukum dan Regulasi (<i>Law and Regulation</i>)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Bahan audit dan evaluator • Memberikan kepastian hukum bagi seluruh <i>stakeholders</i> dalam <i>sharing-economy</i> • Beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan model bisnis baru dalam <i>sharing-economy</i> untuk memastikan kesesuaian dan relevansi
<p style="text-align: center;">Media (<i>Media</i>)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Promotor, advokator, dan publikator • Dukungan publikasi dan informasi tentang konsep dan esensi kebijakan <i>sharing-economy</i> • Membentuk persepsi yang sesuai dengan realita sebenarnya bagi masyarakat sehingga tercipta <i>voluntary compliance</i>

Sumber: Penulis, 2026

B. 3H (Hexa: *Optimization, Reformation, Acceleration*)

Konsep ini bertujuan untuk mengurangi bahkan menghilangkan hambatan (*bottleneck*) melalui peningkatan efisiensi kebijakan. Paket kebijakan strategis berupa 3H, yaitu *HexaOptimization*, *HexaReformation*, dan *HexaAcceleration* memberikan solusi yang

mencakup agenda-agenda sistematis serta komprehensif yang dapat diterapkan dalam jangka pendek, menengah, dan panjang.

Ketiga langkah inilah yang nantinya menjadi rekomendasi paket kebijakan strategis bagi pemerintah dalam mengoptimalkan perkembangan *sharing-economy* yang berkelanjutan. Strategi ini dielaborasi menurut tiga jangka waktu, yaitu jangka pendek (2025-2030), menengah (2025-2035), dan panjang (2025-2045).

PRIORITAS 1 (Jangka Pendek → 2025 sampai 2030)

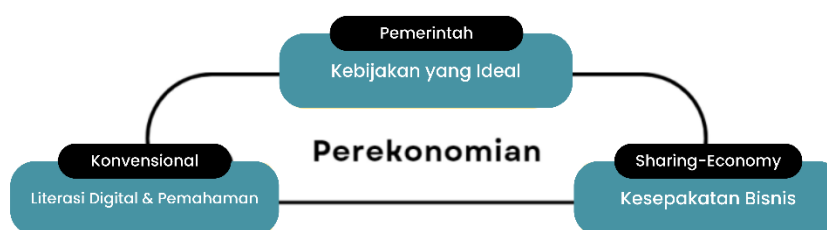
HexaOptimization Stage

HexaOptimization merupakan tahap awal yang berfokus pada mengoptimalkan kondisi saat ini (status quo) dan membangun landasan yang kuat untuk perkembangan *sharing economy*. Langkah-langkah ini bertujuan untuk menciptakan lingkungan yang kondusif bagi pertumbuhan *sharing economy* tanpa perlu melakukan perubahan besar pada regulasi atau infrastruktur yang ada.

Agenda 1: Optimalisasi Status Quo dan Peningkatan Kepercayaan

- **Peningkatan *Voluntary Compliance* dengan pendekatan teknologi dan budaya.** Pendekatan teknologi, seperti sistem pelaporan otomatis dan pembayaran pajak digital dapat meningkatkan kepatuhan sukarela dalam berbagai sektor ekonomi. Selain itu, pembangunan budaya kepatuhan melalui edukasi dan sosialisasi secara berkelanjutan juga berperan penting dalam meningkatkan *voluntary compliance*.
- **Penguatan mekanisme jaminan keamanan.** Keamanan berupa data, privasi, dan perlindungan konsumen untuk meningkatkan kepercayaan terhadap *sharing economy*. Penelitian Tussyadiah dan Park (2018) mengungkapkan bahwa jaminan keamanan data dan privasi merupakan faktor krusial dalam membangun kepercayaan konsumen terhadap platform *sharing economy*. Mekanisme perlindungan konsumen yang kuat, seperti kebijakan pengembalian dana dan penyelesaian sengketa, dapat meningkatkan kepercayaan dan minat konsumen dalam berpartisipasi di *sharing economy*.
- **Optimalisasi sistem penilaian reputasi dan mekanisme umpan balik.** Hal tersebut dilakukan dengan transparan guna membangun kepercayaan antara penyedia layanan dan konsumen.

Agenda 2: Pemberdayaan Kolaborasi dan Literasi Digital



Gambar 10 Penyelarasan dan Pemberdayaan *Stakeholders*

Sumber: Penulis, 2026

- **Pembentukan kebijakan yang menyelaraskan kepentingan berbagai pemangku kepentingan.** Pelibatan pemangku kepentingan yang luas dan penyelarasan kepentingan melalui kebijakan kolaboratif sangat penting dalam mengatur sektor *sharing economy* secara efektif. Dalam hal ini, kolaborasi *hexahelix* (**Gambar 9**) dapat diterapkan.
- **Peningkatan literasi digital.** Pemahaman masyarakat tentang literasi digital dan manfaat, risiko, serta praktik terbaik dalam *sharing economy* diperlukan dalam mengoptimalkan perkembangannya.
- **Memfasilitasi dialog dan kolaborasi antara pelaku sharing economy dan industri konvensional.** Tujuannya adalah untuk menciptakan persaingan bisnis yang sehat. Penelitian Acquier et al. (2017) menekankan pentingnya fasilitasi dari pemerintah dalam memediasi dialog dan mengembangkan kerangka kerja yang mengakomodasi kepentingan semua pihak.

PRIORITAS 2 (Jangka Menengah → 2025 sampai 2035)

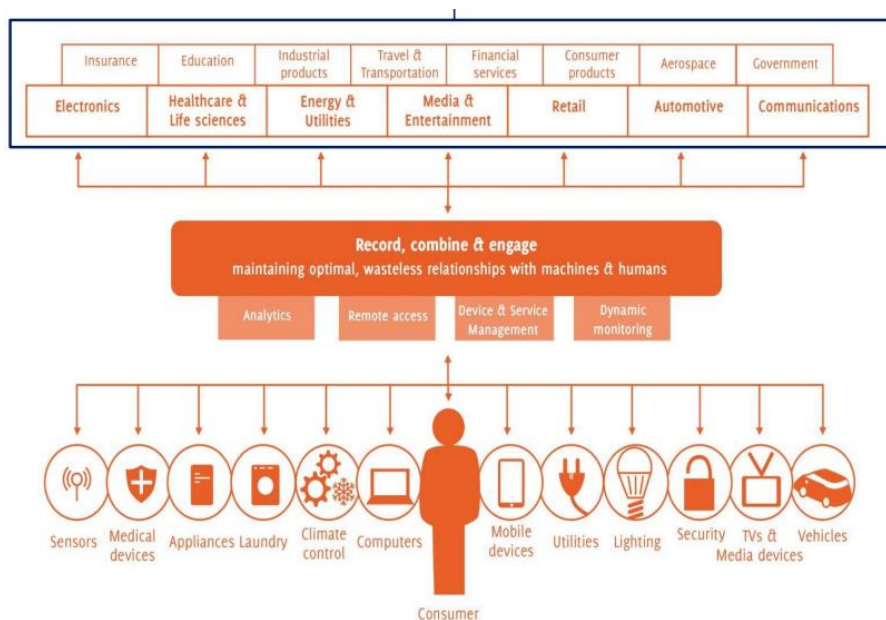
HexaReformation Stage

Ketika potensi yang besar telah didapatkan, tetapi tidak dibarengi dengan mekanisme yang baik, maka akan menimbulkan *compliance cost* yang besar sehingga berdampak terhadap keberlangsungan *sharing-economy* yang kurang optimal. Oleh karena itu, skema *HexaReformation* dalam model ini didasarkan pertimbangan pada aspek efektivitas, sistem pengawasan, dan respons institusi.

Agenda 1: Reformasi Peraturan Terkait *Sharing-Economy*

- **Inisiasi Regulasi Berbasis Prinsip (*Principle-Based Regulation*).** *Principle-based regulation* (PBR) bermakna menjauhi ketergantungan terhadap aturan yang detail serta mengandalkan berbagai peraturan level atas untuk menetapkan standar yang mengatur operasi organisasi. Beberapa karakteristiknya, seperti umum;

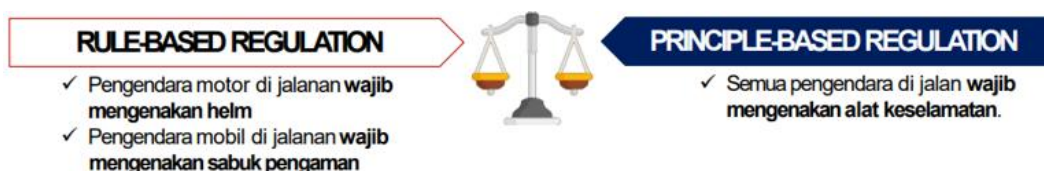
kualitatif dan bukan kuantitatif; mementingkan alasan di balik aturan; inovatif; mengeset perilaku standar atau dasar; dan dapat digunakan di mana saja (Black Rules and Regulators, 1997; Indonesian Institute, 2019). Regulasi dan kebijakan yang tepat diperlukan untuk mencapai “*more preferable economic future*” (OECD, 2024).



Gambar 11 *Consumer Analysis*

Sumber: Kienzle (2013)

Regulasi yang tidak mendukung inovasi merupakan salah satu faktor penghambat pertumbuhan yang paling signifikan dari berbagai komponen yang ditunjukkan pada kotak biru (Kienzle, 2013) (**Gambar 11**). Alasannya yaitu karena makin detail regulasi, makin banyak celah sehingga makin banyak *effort* bagi regulator untuk menutup celah baru akibat inovasi (waktu, energi, biaya). Oleh karena itu, dibutuhkan *Principle-Based Regulation*. Contoh penerapan dapat dilihat pada **Gambar 12**.



Gambar 12 Contoh Penerapan PBR

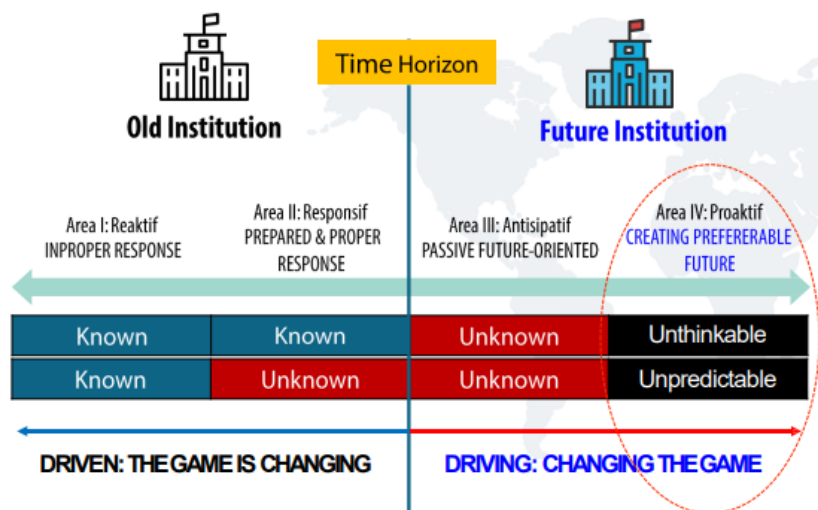
Sumber: The Indonesian Institute (2019)

Adapun manfaat dari implementasi PBR, yaitu:

- a) Fokus pada tujuan di balik aturan daripada hanya ketentuan yang rinci;

- b) Memberikan fleksibilitas;
 - c) Sulit untuk dimanipulasi;
 - d) Tanggap dan cepat beradaptasi terhadap perubahan;
 - e) Menghilangkan fokus pada hal-hal yang tidak penting; dan
 - f) Mengarahkan pada kepatuhan sukarela.
- **Hukum Bisnis Berdasarkan Prinsip Pragmatisme.** Dalam prinsip ini, hukum harus melihat kebenaran dari sisi praktis, yakni kebaikan dan kemanfaatannya (Dewata, 2022). Selain itu, perlu pergeseran otoritas regulator dari pemerintah kepada para pelaku usaha. Dengan pergeseran itu, para pelaku *sharing-economy* bisa melakukan *self regulation* atau pengaturan sendiri. Dalam model *self regulation*, pengaturan sharing economy bisa dilakukan berdasarkan kesepakatan para pelaku usaha sendiri. Meskipun begitu, model *self regulation* bukan berarti menghilangkan peran pemerintah sepenuhnya. Pemerintah masih bisa berperan sebagai penjaga dan penegak hukum dalam situasi tertentu, misalnya ketika terjadi kecurangan dan persaingan tidak sehat.

Agenda 2: Respons Proaktif Institusi



Gambar 13 Time Horizon Area Respons

Sumber: The Indonesian Institute (2019)

- Respons Area IV berupa respons proaktif bertujuan untuk “*creating preferable future*” (**Gambar 13**). Respons proaktif setiap institusi dapat berupa:
 - a) Menyusun keputusan strategis yang lebih optimal;
 - b) Memahami faktor diferensial yang potensial;
 - c) Mengantisipasi tantangan yang mungkin timbul;

- d) Mengenali indikasi awal; serta
- e) Menyesuaikan strategi dan rencana aksi.

Setiap institusi dan lembaga tidak hanya diharuskan untuk memprediksi dan mengantisipasi perubahan dan tantangan masa depan, terutama "transformasi ekonomi dan masyarakat digital", tetapi juga harus berpartisipasi dalam mengarahkan "*toward more preferable economic future.*" Semua *stakeholders* perlu berkolaborasi, bersinergi, dan bekerja sama untuk menciptakan ekosistem yang kondusif, mendukung inovasi, serta kreativitas.

PRIORITAS 3 (Jangka Panjang → 2025 sampai 2045)

HexaAcceleration Stage

HexaAcceleration merupakan tahap akselerasi atau percepatan yang dilakukan setelah reformasi kebijakan dan infrastruktur telah dilakukan. Fokus utamanya pada implementasi *sharing-economy* yang akan membuahkan hasil optimal jika adanya sistem transparansi yang dapat mengkoordinasi terciptanya pemungutan yang bebas dari potensi *fraud*.

Agenda 1: Sistem Pengawasan *Heliview* melalui Sinergi *Hexahelix*

- **Pembuatan *superapps* monitoring.** Sistem dapat berupa *superapps* yang berisi *Big Data* terintegrasi dengan tujuan layanan satu pintu dalam kebutuhan *sharing-economy* dengan tetap pada batasan yang diatur oleh ketentuan perundangan. Hal ini memberikan keterbukaan bagi seluruh elemen masyarakat dalam mengawasi perkembangan *sharing-economy*. Contoh layanannya dapat berupa pendaftaran izin usaha, fasilitasi pembayaran pajak, kumpulan ketentuan-ketentuan berlaku, daftar *sharing-economy* yang terlegalisasi, dan sebagainya.

Agenda 2: *Risk Management*

- **Inisiasi sistem manajemen risiko dalam pendeteksian praktik monopoli dan *fraud*.** Sistem manajemen risiko ini dapat mencakup pemantauan aktivitas pasar, analisis data, dan mekanisme pelaporan untuk mendeteksi pelanggaran. Kolaborasi antara pemerintah, regulator, dan pelaku industri sangat penting dalam mengembangkan dan menerapkan sistem manajemen risiko yang efektif.
- **Diskusi berjenjang dalam menentukan mekanisme mitigasi risiko serta penanganan insiden.** Setelah risiko teridentifikasi, diperlukan mekanisme mitigasi yang tepat untuk mengelola dan meminimalkan dampak negatif dari risiko tersebut. Diskusi berjenjang dengan melibatkan berbagai pemangku kepentingan

sangat penting untuk menentukan mekanisme mitigasi yang adil dan efektif. Mekanisme mitigasi dapat mencakup pemberlakuan sanksi, penyesuaian regulasi, atau pengembangan standar praktik yang lebih ketat. Selain itu, perlu ada mekanisme yang jelas untuk menangani insiden atau pelanggaran yang terjadi, seperti proses penyelesaian sengketa, kompensasi bagi pihak yang dirugikan, dan tindakan hukum jika diperlukan.

Agenda 3: Kerja-Sama Diplomasi

- **Kerja-sama lintas batas dalam *sharing-economy*.** Kerja sama diplomasi lintas batas sangat penting untuk memastikan harmonisasi regulasi, pertukaran informasi, dan penanganan masalah yang terjadi di lintas negara. Kerja sama ini dapat dilakukan melalui forum-forum regional atau internasional, perjanjian bilateral atau multilateral, serta kolaborasi antara regulator dan otoritas berwenang di berbagai negara. Harmonisasi regulasi dapat membantu menciptakan lingkungan yang lebih kondusif bagi pertumbuhan *sharing-economy* secara global, serta mencegah *regulatory arbitrage* atau praktik menghindari regulasi yang ketat.

SIMPULAN

1. Kesimpulan

Salah satu fenomena yang menjadi akibat dari kemajuan teknologi, globalisasi, dan internet adalah fenomena ekonomi digital berupa *sharing-economy* atau ekonomi berbagi. *Sharing-economy* merupakan model ekonomi yang telah ada sejak zaman dahulu, di mana pada awalnya manusia berburu, bekerja sama, dan saling barter selama ribuan tahun. Namun, model tersebut mengalami transformasi yang signifikan ketika teknologi terintegrasi di dalamnya. *Sharing-economy* menawarkan kecepatan, kemudahan, kenyamanan, dan harga yang lebih terjangkau. Konsumen hanya perlu menekan tombol pencarian di aplikasi untuk menemukan penyedia layanan yang tersedia. Pada sisi lain, model *sharing-economy* berdampak pada *people, product, service* dan *partnership*.

Tinjauan komprehensif dampak *sharing-economy* dari berbagai aspek, seperti ekonomi, regulasi, persaingan usaha, dan inklusi sosial dilakukan secara holistik melalui *Streamlined TPV Blueprint*. Ketika meninjau dampaknya, digunakan 11 faktor dalam *TPV Blueprint* berupa *Performance Expectancy, Effort Expectancy, Facilitating Condition, Social Influence, Hedonic Motivation, Price Value, Habit, Trust, Values, Perceived Risk, dan Behavioral Intention*. Secara ringkas, *sharing-economy* memberikan manfaat seperti efisiensi sumber

daya, pertumbuhan wirausaha, dan inklusi sosial. Namun, juga menimbulkan tantangan seperti persaingan tidak adil dengan bisnis konvensional, polemik regulasi, serta kesejahteraan pekerja yang tidak terjamin.

Lebih lanjut, dalam menyikapi problematika yang ada, penelitian ini menggagas solusi berupa paket kebijakan strategis yang mencakup agenda-agenda sistematis dan komprehensif berupa strategi 3H (*Hexa: Optimization, Reformation, Acceleration*) yang diterapkan dalam jangka pendek, menengah, dan panjang. Selain itu, kolaborasi *Hexahelix* Stakeholders juga turut menjamin kapabilitas dari solusi yang diangkat. Konsep kebijakan bertujuan untuk mengurangi bahkan menghilangkan hambatan (*bottleneck*) melalui peningkatan efisiensi kebijakan yang nantinya menjadi rekomendasi paket kebijakan strategis bagi pemerintah dalam mengoptimalkan perkembangan *sharing-economy* yang berkelanjutan.

2. Saran

Penelitian ini terbatas pada analisis tinjauan dampak dan strategi dalam menghadapi perkembangan *sharing-economy*. Diperlukan evaluasi dan monitoring terhadap implementasi strategi, kajian lebih dalam secara mendalam dampak dari penerapan paket kebijakan strategis yang direkomendasikan, serta kajian studi kasus atau penelitian spesifik pada sektor-sektor tertentu yang terdampak signifikan oleh *sharing-economy*. Oleh karena itu, diperlukan penelitian lebih lanjut untuk meninjau *impact* dari penerapan strategi dan hasil tinjauan dampak *sharing-economy* di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Faruqi, U. (2019). Survey paper: future service in industry 5.0. *Jurnal Sistem Cerdas*, 2(1), 67–79. <https://doi.org/10.37396/jsc.v2i1.21>
- Belk, R. (2014). You are what you can access: sharing and collaborative consumption online, *Journal of Business Research*, 67(8), pp. 1595-1600.
- Cabinet Office Japan. (2018). CAO Japan. https://www8.cao.go.jp/cstp/english/society5_0/index.html
- Nagasato, Y., Yoshimura, T., Shinozaki, R. (2018). Realizing society 5.0: expectations from japanese business. *Journal of Japan Society for Information Management*, 38(1), 3-8. https://www.jstage.jst.go.jp/article/jsim/38/1/38_3/_pdf
- Van Welsum, D. (2016). Sharing is Caring? Not Quite: Some Observations about ‘The Sharing

- Economy.’ Sharing Is Caring? Not Quite: Some Observations about ‘The Sharing Economy.’ <https://doi.org/10.1596/23648>
- Finley, K. (2013). Trust in the Sharing Economy: An Exploratory Study. Centre for Cultural Policy Studies. The University of Warwick
- Schiel, F. (2015). The Phenomenon of Sharing Economy in Germany. University of Twente and Technische Universitat Berlin
- Schor, J. (2016). Debating the sharing economy. *Journal of Self-Governance and Management Economics* 4(3): 7
- Botsman, R. & Rogers, R. (2010). What’s Mine is Yours: How Collaborative Consumption is Changing the Way We Live. NY: Harper Collins Publishers.
- Hamari, J., Ukkonen, A. & Sjöklint, M. (2015). The Sharing Economy: Why People Participate in Collaborative Consumption. *Journal of the Association for Information Science and Technology*. Doi: 10.1002/asi.23552.
- Selloni, D. (2017). Co design for public-interest services. (E. Bartezzaghi & G. Bracchi, Eds.) (Research f). Milan: Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-53243-1>
- Hamenda, A. (2018). An integrated model of service quality, price fairness, ethical practice and customer perceived values for customer satisfaction of sharing economy platform. *International Journal of Business and Society*, 19(3), 709–724. <https://doi.org/10.6084/m9.figshare.9772298>
- Hira, A. & Reilly, K. (2017). The Emergence of the Sharing Economy: Implications for Development. *Journal of Developing Societies*. First Published June 14, 2017. doi.org/10.1177/0169796X17710071
- Retamal, M., Dominish, E. (2017). The sharing economy in developing countries. Prepared by the Institute for Sustainable Futures at the University of Technology Sydney (UTS) for Tearfund UK
- Venkatesh, V. & Zhang, X. (2010). Unified Theory of Acceptance and Use of Technology: U.S. Vs. China. *Journal of Global Information Technology Management* Vol. 13(1).
- Schwartz, S.H. (2012). An overview of the Schwartz theory of basic values. *Psychology and Culture* Article, 11, pp 12-13
- Slee, T.(2013). Sharing and caring, *Jacobin Magazine*, available at: <https://www.jacobinmag.com/2014/01/sharing-and-caring/>.

- Anfas. (2022). RELEFANSI SHARING ECONOMYDALAM PENGEMBANGAN UMKM PASCA COVID-19. *IPM2KPE*.
- Dani Karismawan Prakosa, A. F. (2022). APAKAH REVOLUSI INDUSTRI 5.0 DAPAT MENGHILANGKAN. *JURNALKU*, 2, 1-3.
- Findiana, F. (2019). Dampak Kehadiran Transportasi Berbasis Aplikasi Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Moda Transportasi Dalam Masyarakat. *Jurnal Al-Fatih*, 5. doi:<https://doi.org/10.59729/alfatih.v1i2.7>
- Findiana, F. (2019). DAMPAK KEHADIRAN TRANSPORTASI BERBASIS APLIKASI TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN MODA TRANSPORTASI DALAM MASYARAKAT.
- Institute, T. I. (2019). Ekonomi Digital dan Sharing Economy serta Dampaknya.
- Maulana, A., Rosyidi, I., Koesfardani, C., Hidayah, S., & Almory, R. (2021). Potensi dampak Airbnb terhadap usaha penyediaan akomodasi di Provinsi DKI Jakarta. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan*.
- Mujiyono. (2021). PENGARUH SHARING ECONOMY TERHADAP PARTISIPASI KOLABORATIF Melalui MediasiSIKAP BERKONSUMSI. *Jurnal UST Jogja*.
- Ridwan, & Anugrah, M. (2021). Implementasi Konsep Sharing Economy Berbasis ICT.
- Saadah, T., & Maika, R. (2022). ANALISIS BIBLIOMETRIK SHARING ECONOMY: PUBLIKASI ILMIAH DI NEGARA-NEGARA SELURUH DUNIA. *Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi dan Ilmu Ekonomi*.
- Saputra, P., & Hayatin, N. (2019). Model Platform Sharing Economy di Indonesia.
- Septiani, H., Sumarwan, U., Yuliati, L., & Kirbrandoko. (2021). MINAT PETANI MENGADOPSI SHARING ECONOMY PEER-TO-PEER. *Jurnal Ilmiah Manajemen*.
- Sijabat, R. (2017). SHARING ECONOMY: A STUDY ON THE FACTORS INFLUENCING USERS'.
- Pavlou, P.A., Liang, H., & Xue, Y.(2007). Understanding and Mitigating Uncertainty in Online Exchange Relationships: A Principal-Agent Perspective. *MIS Q* 31(1):105–136
- Dani Karismawan Prakosa, A. F. (2022). APAKAH REVOLUSI INDUSTRI 5.0 DAPAT MENGHILANGKAN. *JURNALKU*, 2, 1-3.
- Findiana, F. (2019). Dampak Kehadiran Transportasi Berbasis Aplikasi Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Moda Transportasi Dalam Masyarakat. *Jurnal Al-Fatih*, 5. doi:<https://doi.org/10.59729/alfatih.v1i2.7>