

ANALISIS DAMPAK MULTI-POTONGAN APLIKATOR TERHADAP TAKE-HOME PAY MITRA KURIR PADA SEKTOR RIDE-HAILING

Silvia Anita Dewi¹, Ayu Maulidia², Raihan Habibi Ta'lab³, Qoribul Latif⁴, Junaidi Efendi⁵

^{1,2,3,4,5}Universitas Madura

¹silviaanita999@gmail.com, ²ayua,02845@gmail.com,

³raihanhabibita'lab1908@gmail.com, ⁴qoribullathif15@gmail.com,

⁵junaidi@unira.id

ABSTRACT

This study aims to analyze the impact of multi-deduction systems implemented by ride-hailing platforms on the take-home pay of courier partners. The problem addressed in this research is the significant gap between gross income displayed in the application and the actual net income received by partners due to various deductions, including platform commissions, operational costs, and promotional charges. This research employs a quantitative approach with an explanatory design, involving 100 courier partners selected through accidental sampling. Data were collected using questionnaires and analyzed using multiple linear regression. The results show that the average gross daily income of partners is approximately IDR 250,000, while the net income received is only around IDR 120,000 after deductions. All independent variables, namely platform commission, operational costs, and promotional deductions, have a negative and significant effect on take-home pay, with platform commission being the most dominant factor. The coefficient of determination indicates that 65% of the variation in net income can be explained by these variables. These findings highlight the significant impact of the multi-deduction system on reducing partner income and indicate an imbalance in the relationship between platforms and partners in the digital economy.

Keywords: take-home pay, ride-hailing, multi-deduction, platform commission, digital economy

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak sistem multi-potongan yang diterapkan oleh platform ride-hailing terhadap pendapatan bersih (take-home pay) mitra kurir. Permasalahan yang dikaji adalah adanya kesenjangan antara pendapatan bruto yang ditampilkan dalam aplikasi dengan pendapatan bersih yang diterima mitra akibat berbagai potongan seperti komisi aplikator, biaya operasional, dan potongan promosi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain eksplanatori, melibatkan 100 responden mitra kurir yang dipilih menggunakan teknik accidental sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa rata-rata pendapatan bruto harian sebesar Rp250.000, sedangkan pendapatan bersih yang diterima hanya sekitar Rp120.000 setelah dikurangi berbagai potongan. Seluruh variabel independen yaitu komisi aplikator, biaya operasional, dan potongan promosi berpengaruh negatif dan signifikan

terhadap take-home pay, dengan komisi aplikator sebagai faktor paling dominan. Nilai koefisien determinasi menunjukkan bahwa 65% variasi pendapatan bersih dapat dijelaskan oleh variabel yang diteliti. Temuan ini menunjukkan bahwa sistem multi-potongan berdampak signifikan dalam menurunkan pendapatan mitra serta mencerminkan adanya ketidakseimbangan hubungan antara platform dan mitra dalam ekonomi digital.

Kata Kunci: *take-home pay, ride-hailing, multi-potongan, komisi aplikator, ekonomi digital.*

A. Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong lahirnya transformasi ekonomi berbasis digital yang semakin masif dalam beberapa tahun terakhir. Fenomena ini melahirkan model bisnis baru yang dikenal sebagai platform economy, di mana interaksi antara penyedia jasa dan konsumen difasilitasi oleh sistem berbasis aplikasi. Salah satu sektor yang mengalami pertumbuhan signifikan adalah layanan ride-hailing dan pengiriman barang instan (on-demand delivery), yang kini menjadi bagian penting dalam aktivitas ekonomi masyarakat modern (Rahman et al., 2023; Fatoki, 2021).

Di Indonesia, pertumbuhan sektor ride-hailing didukung oleh tingginya penetrasi internet dan penggunaan smartphone. Platform digital tidak hanya berfungsi sebagai perantara layanan, tetapi juga sebagai pengendali sistem operasional,

termasuk dalam penentuan tarif, insentif, serta mekanisme pembagian pendapatan. Dalam ekosistem ini, mitra kurir berperan sebagai pelaku utama yang menjalankan aktivitas distribusi, namun tidak memiliki status sebagai pekerja formal. Sistem kemitraan ini memberikan fleksibilitas kerja, tetapi juga menimbulkan ketidakpastian dalam hal pendapatan (Maksudi et al., 2022; Raharja & Natari, 2021).

Pendapatan mitra kurir pada umumnya dihitung berdasarkan jumlah pesanan yang diselesaikan, sehingga sering kali dipersepsikan sebagai peluang untuk memperoleh penghasilan yang cukup besar. Namun, dalam praktiknya, pendapatan bruto yang ditampilkan dalam aplikasi tidak sepenuhnya mencerminkan pendapatan yang benar-benar diterima oleh mitra. Hal ini disebabkan oleh adanya berbagai potongan yang diberlakukan oleh pihak aplikator, seperti komisi

platform, biaya layanan, serta potongan promosi yang secara langsung mengurangi nilai pendapatan (Sasongko et al., 2020; Poluan et al., 2019).

Selain potongan dari aplikator, mitra kurir juga harus menanggung biaya operasional secara mandiri, seperti bahan bakar, perawatan kendaraan, dan biaya lainnya yang berkaitan dengan aktivitas kerja. Dalam perspektif ekonomi, kondisi ini menunjukkan bahwa seluruh beban biaya produksi ditanggung oleh individu, sehingga berpengaruh terhadap pendapatan bersih yang diterima. Konsep pendapatan bersih (take-home pay) sendiri merujuk pada selisih antara pendapatan total dengan seluruh biaya yang dikeluarkan dalam proses operasional (Bismala, 2016; Nizar & Anwar, 2015).

Fenomena yang menarik untuk dikaji adalah adanya sistem potongan berlapis (multi-potongan) yang diterapkan oleh platform. Potongan ini tidak hanya berasal dari satu komponen, tetapi terdiri dari beberapa elemen yang secara kumulatif dapat mengurangi pendapatan mitra secara signifikan.

Dalam beberapa kasus, besarnya potongan bahkan mencapai lebih dari separuh pendapatan bruto, sehingga menimbulkan kesenjangan antara usaha yang dilakukan dengan hasil yang diperoleh.

Selain itu, kebijakan promosi yang diterapkan oleh platform turut memengaruhi struktur pendapatan mitra. Program diskon atau subsidi harga yang diberikan kepada konsumen sering kali tidak sepenuhnya ditanggung oleh perusahaan, melainkan dibebankan sebagian kepada mitra. Kondisi ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran platform melibatkan kontribusi tidak langsung dari mitra, yang pada akhirnya berdampak pada penurunan pendapatan per transaksi (Mas'ari et al., 2020; Rahman, 2022).

Dari sudut pandang ekonomi digital, fenomena ini mencerminkan adanya ketidakseimbangan relasi antara platform dan mitra. Platform memiliki kendali penuh terhadap sistem, algoritma, serta kebijakan yang menentukan distribusi pendapatan, sementara mitra berada pada posisi yang relatif terbatas dalam menentukan nilai ekonomi yang mereka terima. Kondisi ini berpotensi

menimbulkan ketidakadilan apabila tidak diimbangi dengan transparansi dan regulasi yang memadai (Soleh & Rahman, 2024; Fauji et al., 2023).

Penelitian sebelumnya cenderung lebih banyak membahas aspek pemasaran, kualitas layanan, serta perilaku konsumen dalam menggunakan layanan digital. Sebagai contoh, penelitian yang dilakukan oleh Rahman et al. menunjukkan bahwa faktor promosi dan kualitas layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pengguna jasa. Namun demikian, kajian yang secara spesifik mengkaji struktur pendapatan mitra kurir, khususnya terkait dampak multi-potongan terhadap pendapatan bersih, masih relatif terbatas.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini menjadi penting untuk dilakukan guna memberikan gambaran empiris mengenai kondisi pendapatan mitra kurir dalam ekosistem ride-hailing. Fokus penelitian diarahkan pada analisis struktur pendapatan, identifikasi jenis potongan yang diterapkan oleh aplikasi, serta pengaruhnya terhadap take-home pay mitra. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat

memberikan kontribusi dalam pengembangan kebijakan yang lebih adil dan berkelanjutan dalam ekonomi digital.

Tinjauan Pustaka

Perkembangan ekonomi digital telah melahirkan berbagai konsep baru dalam hubungan kerja dan sistem pendapatan, khususnya dalam model bisnis berbasis platform. Salah satu konsep utama yang relevan dalam penelitian ini adalah platform economy, yaitu sistem ekonomi yang memfasilitasi interaksi antara penyedia jasa dan konsumen melalui platform digital. Dalam sistem ini, perusahaan bertindak sebagai perantara yang mengatur mekanisme transaksi, termasuk penentuan tarif dan distribusi pendapatan (Rahman et al., 2023).

Dalam konteks ride-hailing, mitra kurir beroperasi sebagai pekerja independen yang memperoleh pendapatan berdasarkan jumlah layanan yang diberikan. Pendapatan tersebut umumnya dibedakan menjadi pendapatan bruto (gross income) dan pendapatan bersih (net income). Pendapatan bruto merupakan total pendapatan sebelum

dikurangi biaya, sedangkan pendapatan bersih adalah jumlah yang diterima setelah dikurangi seluruh potongan dan biaya operasional (Bismala, 2016).

Konsep take-home pay menjadi penting dalam penelitian ini karena mencerminkan kondisi riil pendapatan yang diterima oleh mitra. Dalam teori ekonomi, take-home pay dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti struktur biaya, sistem insentif, dan kebijakan perusahaan. Semakin besar biaya atau potongan yang dikenakan, maka semakin kecil pendapatan bersih yang diterima oleh individu (Nizar & Anwar, 2015).

Salah satu komponen utama yang memengaruhi pendapatan mitra adalah potongan komisi aplikasi. Komisi ini merupakan persentase tertentu dari pendapatan yang diambil oleh platform sebagai imbalan atas penggunaan sistem dan akses pasar. Dalam praktiknya, besaran komisi ini bervariasi, namun secara umum memiliki dampak langsung terhadap penurunan pendapatan mitra. Hal ini menunjukkan bahwa struktur pembagian pendapatan dalam platform digital sangat menentukan

kesejahteraan pekerja (Poluan et al., 2019).

Selain komisi, biaya operasional juga menjadi faktor penting dalam menentukan pendapatan bersih. Biaya ini mencakup pengeluaran seperti bahan bakar, perawatan kendaraan, dan biaya lain yang berkaitan dengan aktivitas kerja. Dalam model kemitraan ride-hailing, seluruh biaya operasional ditanggung oleh mitra, sehingga meningkatkan beban ekonomi yang harus ditanggung secara individu (Okfitasari & Suyatno, 2018).

Faktor lain yang tidak kalah penting adalah potongan promosi. Dalam strategi pemasaran, promosi digunakan untuk menarik konsumen melalui pemberian diskon atau insentif tertentu. Namun, dalam beberapa kasus, biaya promosi tidak sepenuhnya ditanggung oleh perusahaan, melainkan dibebankan sebagian kepada mitra. Hal ini menyebabkan penurunan pendapatan per transaksi meskipun volume order meningkat (Mas'ari et al., 2020).

Dari perspektif pemasaran, strategi promosi dan penentuan harga

merupakan bagian dari bauran pemasaran (marketing mix) yang bertujuan untuk meningkatkan daya tarik produk atau layanan. Namun, apabila strategi tersebut berdampak pada penurunan pendapatan penyedia jasa, maka diperlukan evaluasi agar tercipta keseimbangan antara kepentingan perusahaan dan mitra (Rachmawati, 2011).

Selain faktor ekonomi, aspek hubungan kerja dalam platform digital juga menjadi perhatian dalam berbagai penelitian. Model kemitraan yang diterapkan sering kali menempatkan mitra sebagai pihak yang memiliki fleksibilitas tinggi, tetapi dengan tingkat perlindungan yang rendah. Hal ini menciptakan ketimpangan kekuatan antara platform dan mitra, di mana platform memiliki kendali penuh terhadap sistem operasional dan kebijakan pendapatan (Soleh & Rahman, 2024).

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa berbagai faktor ekonomi seperti harga, promosi, dan kualitas layanan dapat memengaruhi keputusan dan hasil finansial dalam suatu sistem bisnis. Sebagaimana ditunjukkan dalam penelitian Rahman

et al., faktor-faktor tersebut memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku dan keputusan dalam transaksi ekonomi. Hal ini menunjukkan bahwa dalam konteks ride-hailing, struktur biaya dan potongan juga memiliki peran penting dalam menentukan hasil akhir yang diterima oleh mitra.

Berdasarkan kajian teori tersebut, dapat disimpulkan bahwa pendapatan bersih mitra kurir dipengaruhi oleh berbagai faktor yang saling berkaitan, yaitu potongan komisi aplikasi, biaya operasional, dan potongan promosi. Ketiga faktor ini membentuk sistem multi-potongan yang menjadi fokus utama dalam penelitian ini.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan tujuan untuk memperoleh gambaran empiris mengenai pengaruh berbagai komponen potongan terhadap pendapatan bersih mitra kurir dalam sektor ride-hailing. Pendekatan kuantitatif dipilih karena mampu menghasilkan data yang objektif, terukur, serta dapat dianalisis secara statistik untuk menguji hubungan

antar variabel (Rahman & Pratikno, 2022).

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif dengan karakter eksplanatori, yaitu penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan hubungan sebab-akibat antara variabel independen dan variabel dependen. Dalam konteks ini, penelitian berfokus pada bagaimana potongan komisi aplikator, biaya operasional, dan potongan promosi memengaruhi besaran take-home pay yang diterima oleh mitra kurir (Nizar & Anwar, 2015).

Populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh mitra kurir yang tergabung dalam platform ride-hailing. Mengingat keterbatasan waktu dan akses terhadap populasi yang luas, pengambilan sampel dilakukan menggunakan teknik accidental sampling, yaitu pemilihan responden berdasarkan kemudahan akses dan kesediaan untuk berpartisipasi dalam penelitian. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 100 responden, yang dinilai telah memenuhi kriteria minimum untuk analisis statistik dalam penelitian kuantitatif (Fauji et al., 2022).

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada mitra kurir yang aktif bekerja, serta didukung oleh wawancara singkat untuk memperdalam pemahaman terhadap kondisi riil di lapangan. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari berbagai sumber literatur seperti jurnal ilmiah, buku referensi, serta laporan penelitian yang relevan dengan topik ekonomi digital dan sistem kemitraan.

Instrumen penelitian yang digunakan berupa kuesioner dengan skala Likert lima poin untuk mengukur persepsi responden terhadap variabel penelitian. Skala ini digunakan untuk memberikan kemudahan dalam proses kuantifikasi data serta memungkinkan analisis yang lebih sistematis terhadap jawaban responden (Sasongko, 2021).

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen meliputi potongan komisi aplikator, biaya operasional, dan potongan promosi, sedangkan variabel dependen adalah pendapatan bersih

(take-home pay) mitra kurir. Setiap variabel diukur berdasarkan indikator yang relevan dengan kondisi operasional mitra dalam platform ride-hailing.

Teknik analisis data dilakukan melalui beberapa tahapan. Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik responden serta kondisi umum pendapatan dan potongan yang dialami oleh mitra kurir. Selanjutnya, analisis regresi linear berganda digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji parsial (uji t) untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel secara individu, serta uji simultan (uji F) untuk mengetahui pengaruh variabel secara bersama-sama.

Selain itu, koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur sejauh mana variabel independen mampu menjelaskan variasi dalam variabel dependen. Seluruh analisis dilakukan dengan pendekatan statistik yang umum digunakan dalam penelitian ekonomi untuk memperoleh hasil yang valid dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah

C. Hasil Dan Pembahasan

Hasil

Berdasarkan hasil pengumpulan data dari 100 responden mitra kurir, diperoleh gambaran bahwa rata-rata pendapatan bruto harian berada pada kisaran Rp250.000. Namun setelah dikurangi berbagai komponen biaya dan potongan, pendapatan bersih (take-home pay) yang diterima mitra hanya sekitar Rp120.000 per hari. Hal ini menunjukkan adanya selisih yang cukup besar antara pendapatan bruto dan pendapatan bersih.

Komponen potongan yang memengaruhi pendapatan tersebut terdiri dari potongan komisi aplikator, biaya operasional, dan potongan promosi. Potongan komisi aplikator rata-rata sebesar 20% dari pendapatan bruto atau sekitar Rp50.000 per hari. Sementara itu, biaya operasional seperti bahan bakar dan perawatan kendaraan mencapai rata-rata Rp70.000 per hari. Selain itu, terdapat potongan promosi sekitar Rp10.000 per hari.

Hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa seluruh variabel independen, yaitu potongan komisi aplikator, biaya operasional, dan potongan promosi, memiliki pengaruh

negatif terhadap pendapatan bersih. Hal ini berarti bahwa peningkatan pada masing-masing variabel tersebut akan menurunkan take-home pay mitra kurir.

Hasil uji parsial (uji t) menunjukkan bahwa masing-masing variabel berpengaruh signifikan terhadap pendapatan bersih. Potongan komisi aplikator memiliki pengaruh paling dominan dibandingkan variabel lainnya. Selanjutnya, hasil uji simultan (uji F) menunjukkan bahwa ketiga variabel secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap pendapatan bersih mitra kurir.

Koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa sekitar 65% variasi pendapatan bersih dapat dijelaskan oleh variabel yang diteliti, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem multi-potongan yang diterapkan dalam platform ride-hailing memiliki dampak signifikan terhadap pendapatan bersih mitra kurir. Perbedaan yang cukup besar antara pendapatan bruto dan pendapatan bersih mengindikasikan bahwa

struktur biaya dan potongan memainkan peran penting dalam menentukan kesejahteraan mitra.

Potongan komisi aplikator terbukti menjadi faktor yang paling dominan dalam menurunkan pendapatan bersih. Hal ini menunjukkan bahwa kebijakan komisi yang diterapkan oleh platform memiliki pengaruh langsung terhadap kondisi ekonomi mitra. Dalam konteks ekonomi digital, hal ini mencerminkan adanya kontrol yang kuat dari platform terhadap distribusi pendapatan.

Biaya operasional yang sepenuhnya ditanggung oleh mitra juga menjadi faktor penting yang menekan pendapatan. Dalam teori ekonomi, kondisi ini menunjukkan adanya pergeseran beban biaya produksi dari perusahaan kepada individu, yang berpotensi menurunkan tingkat kesejahteraan pekerja (Bismala, 2016).

Selain itu, potongan promosi yang dibebankan kepada mitra menunjukkan bahwa strategi pemasaran platform tidak sepenuhnya ditanggung oleh perusahaan. Hal ini sejalan dengan konsep bauran pemasaran

(marketing mix), di mana promosi menjadi salah satu elemen penting dalam meningkatkan permintaan, namun dalam praktiknya dapat berdampak pada penurunan pendapatan penyedia jasa (Mas'ari et al., 2020).

Secara simultan, ketiga variabel tersebut terbukti berpengaruh signifikan terhadap pendapatan bersih. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa berbagai faktor ekonomi dapat secara bersama-sama memengaruhi hasil finansial suatu aktivitas usaha .

Dari perspektif ekonomi digital, hasil penelitian ini juga menunjukkan adanya ketidakseimbangan dalam hubungan kemitraan antara platform dan mitra. Platform memiliki kendali penuh terhadap sistem, sementara mitra memiliki keterbatasan dalam menentukan pendapatan yang diterima. Kondisi ini berpotensi menimbulkan ketidakadilan apabila tidak disertai dengan transparansi dan regulasi yang memadai (Soleh & Rahman, 2024).

Selain berdampak pada aspek ekonomi, sistem multi-potongan juga

berpotensi memengaruhi motivasi dan produktivitas mitra. Pendapatan bersih yang relatif rendah dibandingkan dengan beban kerja dapat menurunkan kepuasan kerja, yang pada akhirnya berdampak pada keberlanjutan sistem kemitraan.\

D. Kesimpulan Dan Saran

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa penggunaan mobile banking memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada perbankan digital. Hal ini dibuktikan melalui hasil analisis regresi yang menunjukkan hubungan searah antara variabel penggunaan mobile banking dan kepuasan nasabah, serta hasil uji hipotesis yang menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih besar dari t tabel sehingga hipotesis alternatif (H_1) diterima dan hipotesis nol (H_0) ditolak. Temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan kualitas layanan mobile banking, yang meliputi kemudahan penggunaan, kecepatan dalam bertransaksi, keamanan sistem, serta kelengkapan fitur layanan, mampu

memberikan pengalaman positif bagi nasabah dan meningkatkan tingkat kepuasan mereka. Namun demikian, keberhasilan implementasi mobile banking tidak hanya bergantung pada teknologi, tetapi juga pada faktor pengguna seperti kemampuan digital dan kepercayaan terhadap sistem. Oleh karena itu, diperlukan strategi yang komprehensif dalam pengembangan layanan digital. Dengan demikian, mobile banking dapat menjadi salah satu faktor strategis dalam meningkatkan kualitas layanan dan daya saing perbankan di era digital.

Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh, disarankan agar pihak perbankan tidak hanya fokus pada pengembangan teknologi, tetapi juga memperhatikan kesiapan pengguna dalam mengadopsi teknologi tersebut. Selain itu, diperlukan peningkatan keamanan sistem serta edukasi kepada nasabah guna meningkatkan kepercayaan dan kepuasan dalam penggunaan mobile banking. Hal ini sejalan dengan temuan bahwa keberhasilan transformasi digital memerlukan

dukungan teknologi dan sumber daya manusia secara bersamaan.

disarankan agar pihak perbankan terus melakukan inovasi dan peningkatan kualitas layanan mobile banking, terutama dalam menjaga stabilitas sistem agar terhindar dari gangguan teknis serta meningkatkan sistem keamanan untuk meminimalisir risiko kejahatan digital. Selain itu, bank juga perlu meningkatkan kualitas antarmuka aplikasi agar lebih user-friendly serta memberikan edukasi dan sosialisasi kepada nasabah mengenai penggunaan fitur-fitur mobile banking agar dapat dimanfaatkan secara maksimal. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk memperluas objek penelitian dengan menambahkan variabel lain seperti kepercayaan, loyalitas nasabah, serta kualitas layanan secara keseluruhan, serta menggunakan metode analisis yang lebih kompleks agar hasil penelitian menjadi lebih komprehensif dan mendalam

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

Suryani, T. (2017). Manajemen pemasaran strategik di era digital. Prenadamedia Group.

Tambunan, T. (2019). UMKM di Indonesia: Perkembangan dan tantangan. LP3ES.

Utami, C. W. (2018). Manajemen ritel: Strategi dan implementasi operasional bisnis modern. Salemba Empat.

Jurnal :

Bismala, L. (2016). Analisis pendapatan dan kesejahteraan pelaku usaha mikro. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 15(2), 45–56.

Fatoki, O. (2021). Digital entrepreneurship and the platform economy: Opportunities and challenges. *Journal of Business Research*, 134, 545–553. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.05.012>

Fauji, A., Rahman, M., & Prasetyo, D. (2022). Pengaruh ekonomi digital terhadap perubahan pola kerja di Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Digital*, 4(1), 12–25.

Fauji, A., Nugroho, R., & Sari, D. (2023). Transformasi digital dan ketimpangan ekonomi dalam platform economy. *Jurnal Ekonomi Digital*, 6(2), 88–102.

Maksudi, A., Sari, D., & Nugroho, R. (2022). Sistem kemitraan dalam platform ride-hailing dan implikasinya terhadap kesejahteraan mitra. *Jurnal Sosial Ekonomi*, 18(3), 210–223.

Mas'ari, A., Hidayat, T., & Lestari, S. (2020). Strategi promosi dalam meningkatkan minat konsumen pada layanan digital. *Jurnal*

Pemasaran Modern, 9(2), 101–115.

Nizar, M., & Anwar, S. (2015). Analisis faktor-faktor yang memengaruhi pendapatan bersih usaha kecil. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 13(1), 67–78.

Okfitasari, A., & Suyatno. (2018). Analisis biaya operasional terhadap pendapatan pekerja sektor informal. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 7(2), 89–98.

Poluan, F., Sumual, J., & Tumangkeng, S. (2019). Analisis sistem bagi hasil dalam platform transportasi online. *Jurnal EMBA*, 7(4), 5123–5132.

Rachmawati, R. (2011). Peranan bauran pemasaran (marketing mix) terhadap peningkatan penjualan. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 3(1), 23–30.

Rahman, M. (2022). Dampak strategi promosi digital terhadap perilaku konsumen. *Jurnal Pemasaran Digital*, 6(1), 33–45.

Rahman, M., & Ali, H. (2021). Faktor-faktor yang memengaruhi strategi pemasaran digital. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 8(2), 50–65.

Rahman, M., & Pratikno, H. (2022). Metode penelitian kuantitatif dalam analisis ekonomi digital. *Jurnal Penelitian Ekonomi*, 10(1), 1–10.

Rahman, M., Sari, D., & Nugraha, A. (2023). Platform economy and digital transformation in emerging markets. *International Journal of Digital Economy*, 5(2), 77–89.

Raharja, S., & Natari, E. (2021). Fleksibilitas kerja dan ketidakpastian pendapatan dalam

- gig economy. *Jurnal Sosiologi Ekonomi*, 12(2), 145–158.
- Sasongko, G. (2021). Penggunaan skala Likert dalam penelitian sosial ekonomi. *Jurnal Metodologi Penelitian*, 8(1), 55–64.
- Sasongko, G., Prabowo, A., & Lestari, N. (2020). Analisis pendapatan driver transportasi online. *Jurnal Ekonomi Transportasi*, 6(2), 120–132.
- Subhan, M., Ahmad, A., Efendi, J., & Febriani, E. (n.d.). Study of servant leadership in building educational organizational commitment at SDIT ABFA. *Tadris: Jurnal Pendidikan Islam*.
<http://ejournal.iainmadura.ac.id/index.php/tadris>
- Soleh, A., & Rahman, M. (2024). Ketimpangan relasi dalam ekonomi digital dan perlindungan pekerja gig. *Jurnal Kebijakan Publik*, 9(1), 15–28.