



SERTIFIKAT



DIBERIKAN KEPADA

Anna Triwijayati

SEBAGAI

pemakalah

SIMPOSIUM NASIONAL
PERKEMBANGAN PEMIKIRAN EKONOMI DAN BISNIS

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS BRAWIJAYA
YANG DISELENGGARAKAN PADA TANGGAL 28 NOVEMBER 2019



Ketua Pelaksana

Warter Agustim

Ketua Pengarah

Prof. Dr. H. Armanu, SE., M.Sc.



Dekan

Nurkholis, SE., M.Bus.(Acc)., Ak., Ph.D.



PROSIDING SIMPOSIUM NASIONAL FILSAFAT ILMU EKONOMI DAN BISNIS

TEMA

PERKEMBANGAN PEMIKIRAN ILMU EKONOMI DAN BISNIS

Malang, 28 November 2019



Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Brawijaya

PROSIDING

**SIMPOSIUM NASIONAL FILSAFAT ILMU EKONOMI DAN BISNIS
PERKEMBANGAN PEMIKIRAN ILMU EKONOMI DAN BISNIS
DALAM RANGKA DIES NATALIS KE 58 FEB UB
MALANG, 28 NOVEMBER 2019**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BRAWIJAYA
2019**

PROSIDING
SIMPOSIUM NASIONAL FILSAFAT ILMU EKONOMI DAN BISNIS
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BRAWIJAYA
ISBN:000-000-00000-0-0

STRUKTUR KEPANITIAAN

Pelindung	: Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UB
Ketua Steering Committee	: Prof.H Armanu Thoyib,SE, M.Sc,P.hD
Wakil I Steering Committee	: Prof. Iwan Triyuwono,SE,Ak,M.Ec,P.hD
Wakil II Steering Committee	: Prof. Dr.Munawar,SE,DEA
Anggota	: Dr. rer.pol Wildan Syafitri : Dr. Sumiati,CSRS,CFP : Dr. Roekhudin,Ak,CSRS,CA : Devanto Shasta Pratomo,P.hD : Prof. Dr. Noermijati : Aulia Fuad Rahman,DBA,Ak,CA : Dr. Fatchur Rochman,CSM
Organizing Commitee	:
Ketua	: Warter Agustim/197020100111012
Bendahara	: Yuni Kusuma Arumsari/197020200111004
Co. Kesekret.	: Nur Pratiwi/197020200111002 : Andrian Haro/197020200111011 : Makiah/197020200111003 : Susanti Dwi Ilhami/186020200111035
Co. Call Paper	: MN. Lisan Sediawan/177020200111010 : Nyoman Triaryati/187020200111009 : Ayu Desi Indrawati/187020200111004 : Ni Made Purnami/197020200111009 : Rita Mutiarni/197020200111017 : Hanifah Bennu Nur/197020200111015 : Devi Artha Bonita/176020202011004
Co. Acara	: Mega Fianita Fadilah/186020200111031
Co. Humas	: Ita Wahyu Pratiwi/1860200200111016
Co. Perlngkpan:	: Anis Nusron/197020200111012 : Eka Putri Rifandani/176020202011014 : Fadhel Muhammad/MMRS
Co. Konsumsi	: Andi Indriani Ibrahim/197020200111005

Kata Pengantar

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunianya sehingga Prosiding Simposium Nasional Filsafat Ilmu Ekonomi Dan Bisnis dengan judul Perkembangan Pemikiran Ilmu Ekonomi Dan Bisnis pada 28 November 2019 telah dapat diselesaikan. Buku prosiding ini merupakan hasil dari rangkaian kegiatan DIES NATAIS ke 58 FEB UB.

Terimakasih disampaikan kepada Dekan FEB UB, Steering Committee Prof.H Armanu Thoyib, SE, M.Sc, P.hD, Prof. Iwan Triyuwono,SE,Ak,M.Ec,P.hD dan Prof. Dr.Munawar,SE,DEA. atas kontribusi dalam penyelenggaraan Simposium dan penerbitan prosiding ini. Terimakasih kepada segenap panitian yang telah berkontribusi dalam editing dan semua pihak yang telah ikut membantu dalam penyelesaian buku ini.

Kami menyadari masih terdapat kekurangan dalam prosiding untuk itu kritik dan saran terhadap penyempurnaan buku ini sangat diharapkan. Semoga buku ini dapat memberi manfaat bagi mahasiswa FEB UB khususnya dan bagi semua pihak yang membutuhkan.

Malang, November 2019

Ketua Panitia

**DAFTAR ISI PROSIDING
SIMPOSIUM NASIONAL
FILSAFAT ILMU EKONOMI DAN BISNIS
“PERKEMBANGAN PEMIKIRAN ILMU EKONOMI, MANAJEMEN DAN AKUNTANSI”**

		HALAMAN	
	HALAMAN JUDUL	I	
	STRUKTUR KEPANITIAAN	II	
	KATA PENGANTAR	III	
	SAMBUTAN DEKAN	IV	
	DAFTAR ISI	V	
BAGIAN A: ILMU EKONOMI			
KODE	JUDUL	PENULIS	
IE01	<i>Alternatif Potensi Investasi Pada Lahan Eks Galian C Di Argasanya Kecamatan Harjamukti Kota Cirebon</i>	Kartono, Amran Jaenudin, Agi Syarif Hidayat, Ramlah Puji Astuti	1
IE02	<i>Eksistensi KB Sistem Banjar Pada Era Otonomi Daerah Dalam Mendukung Program KB Di Provinsi Bali</i>	AA Istri Ngurah Marhaeni, Ni Nyoman Yuliami	14
IE03	<i>Peran Modal Sosial Dan Biaya Transaksi Terhadap Eksistensi Industri Kecil Kerajinan Kuningan Di Kabupaten Klungkung</i>	Ni Nyoman Yuliami, AA Istri Ngurah Marhaeni	25
IE04	<i>Pengaruh Perkembangan Pariwisata Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Inklusif Dan Kesejahteraan Masyarakat Di Provinsi Bali</i>	Made Suyana Utama, Made Agung Raharja	35
IE05	<i>Analisis Dampak Tata Kelola Pertanian Kelapa Terhadap Pendapatan Petani Kelapa Di Kabupaten Indragiri Hilir Riau</i>	Gulam Muhammad, Bambang Supeno	45
IE06	<i>Pertumbuhan Ekonomi Dan Ketimpangan Wilayah Di Kawasan Strategis Sarbagita (Denpasar, Badung, Gianyar, Tabanan)</i>	Putu Ayu Pramitha , Ni Putu Wiwin Setyari	56
IE07	<i>Dana Kiber (Kita Berdaya) Dan Perkembangan Umk Di Mojokerto</i>	Wahyuti Ningsih, Fatimah Riswati	64
IE08	<i>Model Bisnis Keuangan Mikro Berbasis Group Lending Sebagai Upaya Melepaskan Nelayan Di Jawa Timur Dari Jerat Kemiskinan</i>	Anggraeni Rahmasari, Wildan Syafitri	73
IE09	<i>Is It Economy Growth And Poverty Level Have A Relation ?</i>	Prince Charles Heston Runtunuwu	80
IE10	<i>Profil Modal Sosial (Bonding, Bridging Dan Linking) Pada Pasar Terapung Lok Baintan Kabupaten Banjar Kalimantan Selatan</i>	Noor Rahmini	95
IE11	<i>Pertumbuhan Usaha Dan Penyerapan Tenaga Kerja Dalam Usaha Mikro Berbasis Zakat-Infaq-Dan Shodaqoh Produktif</i>	Fatimah Riswati, Nur Afifah	106
IE12	<i>Islamic Corporate Social Responsibility Dalam Kerangka Maqashid Syariah Pada Big Four Bank Syariah Di Indonesia</i>	Kartika Sari	118
BAGIAN B: ILMU MANAJEMEN			
KODE	JUDUL	PENULIS	
M1	<i>Re-Definisi Ilmu Manajemen: Suatu Telaah Intertekstual</i>	Subagyo	130
M2	<i>Konsepsi Pemikiran Kepuasan Kerja Islami</i>	Marwan Man Soleman, Armanu, Siti Aisjah	138
M3	<i>Komitmen Organisasi Sebagai Pemediasi Pengaruh Budaya Organisasi Dan Etos Kerja Islami Terhadap Kinerja (Studi Pada Guru Pondok Pesantren Sabilillah Sampang)</i>	Dinda Fatmah, Mirhamida Rahmah	146
M4	<i>Kajian Literatur Hubungan Pendidikan-Pelatihan, Dan Kinerja Pegawai Di Sektor Publik</i>	LFD Costa Guterres, Armanu, Rofiaty	156
M5	<i>Upaya Peningkatan Kualitas SDM Dalam Menghadapi Persaingan Global Di Era Revolusi Industri 4.0</i>	Elli Sulistyaningsih	161
M6	<i>Peranan Rekrutmen Dan Seleksi Pada Pengelola Perusahaan Mall Di Surabaya (Pt Hardayawidya Graha)</i>	M Haqiqi Romadloni , Uswatun Hasanah, Moh Rois Saputro, Sentot Imam Wahjono	164
M7	<i>Perkembangan Pemikiran Kepemimpinan Pada Era Industri 2.0 Sampai Era Industri 4.0</i>	Choirul Anam, Rini Safitri	174
M8	<i>Konteks Budaya Manajemen Karir Pada Pegawai Negeri Sipil</i>	Moh. Ishaq Yusrizal F, Alfani Leon Dwi Ranta, Adrial Alif Ibnu Ghalib	182

M9	<i>Pengaruh Beban Kerja Dan Stres Kerja Terhadap Kinerja Karyawan</i>	Isrofah, Elda Dafita Sari, Nonita Rahmatiyah Arfianty	190
M10	<i>Pengaruh Pengembangan Manajemen Sumber Daya Manusia Terhadap Kinerja Organisasi Di Universitas Muhammadiyah Surabaya</i>	Irwansyah, achmad zainul affandi, zaifur riza, teguh prakoso	198
M11	<i>Kepemimpinan Profetik: Suatu Perjalanan Pemikiran</i>	Mafizatun Nurhayati, Armanu Thoyib, Noermijati, Dodi W. Irawanto	204
M12	<i>Penilaian Kerja Dan Pengembangan Sumber Daya Manusia</i>	Irwan muzakki, Isyunara peggia wati, ika yulifa	221
M13	<i>Pengaruh Media Sosial Dan Perilaku Kerja Terhadap Kinerja Karyawan</i>	Anita Anggraeny, Dinah fakryah shofa, Syaza fadhilah	227
M14	<i>Peningkatan Keefektifan Dalam Proses Perekrutan Administrasi Publik Di Indonesia</i>	Fachrul Rizaldi, Fahmi Amir Mu'minin, Miftachul Amalia Rizki	235
M15	<i>Managing Impact Workplace Romance; Sebuah Studi Literatur</i>	Nurul Hidayatinnisa, Riska ayu setyawati	240
M16	<i>Hubungan Promosi Jabatan Dikaitkan Dengan Teori X Dan Y Berdasarkan Angkatan Kerja; Studi Kasus Pada Aparatur Sipil Negara</i>	Nurfirda Sofia Silviana, Iwan Indra Riztyawan, Reinaldi Hendarto	249
M17	<i>Perkembangan Teori Human Resource Development: Teori Training</i>	Cahyaning Novita Sari, Sri Ramlah	260
M18	<i>Perkembangan Praktik Reward Dengan Sistem Kompensasi Dalam Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Meningkatkan Kinerja Karyawan</i>	Santi Duwi Putri Nugroho, Lusiana Pratiwi Widiananda Prabowo	275
M19	<i>Telaah Konsep Kompetensi Sumber Daya Manusia 4.0 Dan Implementasinya Bagi Perusahaan</i>	Prihatin Lumbanraja, Anggia Sari Lubis	299
M20	<i>Importance Performance Analysis</i>	Ita Wahyu Pratiwi , Dimas Hendrawan	306
M21	<i>Exploring The Relationship Between Employee Empowerment And Organisational Performance: Testing A New Approach</i>	Gibriel Badjie, Armanu Thoyib, Djumilah Hadiwidjojo, Ainur Rofiq	315
M22	<i>Perkembangan Pemikiran Teori Lingkungan Kerja</i>	Karina Rizka Mentari, . Isradi Zainal	328
M23	<i>Perkembangan Pemikiran Organizational Citizenship Behavior (OCB) Dari Era Hubungan Manusia Hingga Era Milenium</i>	Susanti Dwi Ilhami, Ana Sofia Aryati	336
M24	<i>Perkembangan Pemikiran Manajemen Sumber Daya Manusia: Tinjauan Literatur Kepuasan Kerja Dari Era Penelitian Pertama Hingga Era Modern</i>	Mega Fianita Fadilah, Armanu	347
M25	<i>Perkembangan Pemikiran Praktik-Praktik Human Resource Management (HRM) Progresif, Orientasi Kognitif, Dan Organizational Citizenship Behavior (OCB)</i>	Yuni Kusuma Arumsari, Makiah, Andi Indriani Ibrahim	357
M26	<i>The Correlation Between Religiosity, Job Satisfaction And Organizational Commitment To Predict Employee's Intention To Leave At Islamic Universities In Malang, East Java, Indonesia</i>	Nazaruddin Malik	365
M27	<i>Perkembangan Pemikiran Pelatihan (Training) Dari Teori Management Education Sampai Sekarang</i>	Devi Artha Bonita	371
M28	<i>Perkembangan Pemikiran Perubahan Budaya Organisasi Dari Era Revolusi Industri 1.0 Hingga Era Revolusi Industri 4.0</i>	Eka Putri Rifandani , Armanu Thoyib	375
M29	<i>Pengaruh Kepemimpinan Terhadap Meningkatnya Orientasi Pembelajaran Dan Kreativitas Guru (Gender Sebagai Moderator)</i>	Ririn Handayani	383
M30	<i>Pemanfaatan Dana Corporate Social Responsibility (Csr) Perusahaan Dalam Meningkatkan Daya Saing Umkm Di Kota Pekanbaru</i>	Machasin, Taufiqurrahman, Ezky Tiyasiningsih	397
M31	<i>Studi Perkembangan Struktur Pasar Oligopoli Pada Jasa Penerbangan Di Indonesia</i>	Farida Kusuma W, Hega Naval Rimba Saputra	4419
M32	<i>Rekonsiliasi Strategis Menuju World Class University (Kajian Literasi)</i>	Febriana Wurjaningrum, Armanu, Fatchur Rohman, Mintarti Rahayu	436
M33	<i>The Price Of Corporate Social Responsibility: A Literature Review</i>	Arry Pongtiku, Fauziah F.Farwawan, Soponyono,	448
M34	<i>Ekonomi Manajerial Dan Revolusi Industri 4.0 Analisis Disrupsi Ekonomi Dalam Bingkai Ekonomi Mikro Manajerial</i>	Nanang A.S, Chintia, Zahrotul Auliya	463
M35	<i>Pengembangan Makro Ekonomi Dalam Kegiatan Ekspor</i>	Devi Novita Sari, Nori Nur Amalina, Nur Faiza	472

M36	<i>Aplikasi Teori Ekonomi Strategik Terkait Struktur Pasar Di Era Globalisasi</i>	Moh. Abd. Wahid Al Jamil, Nur Kholis Masruhin, Andre Damarizal Tanjung	480
M37	<i>Sebuah Kajian Literatur Terhadap Penerapan Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam</i>	Andrian Haro, Nur Pratiwi, Warter Agustim	488
M38	<i>Sharing Economy: Perkembangan Konsep Dan Dampak Pada Model Bisnis</i>	Anna Triwijayati, Ryan Sandy Simaputera	494
M39	<i>Green Management System Di Era Revolusi Industri 4.0 Menuju Rahmatan Lil-Alamin</i>	Basuki Rachmat, Surachman, Armanu, fatchur Rohman	505
M40	<i>Knowledge Management Training On The Performance Of Pt. Semen Indonesia (Persero) Tbk</i>	Tri Cicik Wijayanti	517
M41	<i>Model Pengelolaan Corporate Social Responsibility (CSR) PT. Aneka Tambang Tbk Upbn Sultra Di Kabupaten Kolaka</i>	Nasrul, Farida Agustina M	521
M42	<i>Bisnis Dan Manajemen: Perspektif Budaya Jawa</i>	Anis Nusron, Yuni Kusuma ,Arumsari, Warter Agustim	531
M43	<i>Perkembangan Pemikiran Manajemen Customer Experience: Suatu Tinjauan Literatur</i>	M N Lisan Sediawan, Armanu	537
M44	<i>The Effect Of Brand Experience On Brand Loyalty Mediated By Affective Commitment (Study Of Ovo Users In Indonesia)</i>	Maria Ulfatul Jamila	551
M45	<i>Search Engine Optimization (Seo) Terhadap Pemasaran Produk Secara Online</i>	Suci Nurfauziah, Cicik Retno Wati	557
M46	<i>Green Knowledge, Green Trust, Dan Green Attitude Terhadap Niat Beli Produk Ramah Lingkungan</i>	Erika Chandra Putri, Ni Wayan Ekawati	567
M47	<i>Pengaruh Kewajaran Harga, Wom Dan Store Atmosphere Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Konsumen Kober Mie Setan Di Kota Denpasar)</i>	Ni Made Indri Pratiwi, Made Dio Prakasa, Ni Nyoman Kerti Yasa, I Gusti Ngurah Jaya Agung Widagda K	577
M48	<i>Citra Merek Memediasi Pengaruh Sponsorship Dan E-Wom Terhadap Minat Menggunakan Jasa Go-Jek</i>	Komang Yoga Ade Candra, Ni Made Rastini	587
M49	<i>Analisis Struktur Pasar Persaingan Sempurna: Pasar Daging Sapi</i>	Dimas Realino, Hamal Agung Priyono Mintari Rahayu	599
M50	<i>Peran Brand Image Memediasi Perceived Value Customer Terhadap Loyalitas Pengguna Facebook</i>	Putu Laksmita Dewi Rahmayanti Ni Nyoman Kerti Yasa	613
M51	<i>Studi Literatur: Perkembangan Pemikiran Konsep Pemasaran Hijau (Green Marketing) Di Indonesia</i>	Supiani, Budi Hermana Bagus Nurcahyo	625
M52	<i>Pengaruh Faktor Minat Berwirausaha Berdasarkan Theory Of Planned Behavior Terhadap Mahasiswa Surabaya</i>	Intikhoba Tsaniyah, Karina Catur Wulandari, Nova Angela, Herman wahyudi	640
M53	<i>Perkembangan Pemikiran Entrepreneurship Dalam Konteks Marketing Dari Periode Filsuf Sampai Dengan Revolusi Industri 4.0 Dengan Munculnya Model Entrepreneurial Marketing Orientation</i>	Ratih Amelia, Armanu, Ananda Sabbil Hussein, Risna Wijayanti	650
M54	<i>Perkembangan Resource-Based (Theory) Hubungannya Dengan Daya Saing Berkelanjutan Perusahaan</i>	Stefanus Yufra M. Taneo	661
M55	<i>Ekosistem Startup Digital Indonesia: Sebuah Alur Dari Sudut Pandang Perusahaan Inkubasi</i>	Tifa Noer Amelia	673
M56	<i>Evolusi Usaha Kewirausahaan: Startup Dari Masa Lalu Sampai Ke Masa Depan</i>	Christoffel M. O. Mintardjo, ahmad sudiro, mintarti rahayu sujatno	677

BAGIAN C: ILMU AKUTANSI DAN MANAJEMEN KEUANGAN

KODE	JUDUL	PENULIS	
AK01	<i>Metodologi Penelitian Akuntansi Dalam Perspektif Filsafat</i>	Kariyoto	687
AK02	<i>Menggagas Dewan Arbitrasi Nasional Transfer Pricing Berbasis Teknologi Informasi (It) : Ikhtiar Memitigasi Dan Meminimalkan Risiko Abuse Of Transfer Pricing</i>	Isnan Murdiansyah, Siswanto	687
AK03	<i>Harta Dalam Perspektif Islam</i>	Nurul Hidayah, Muhammad Ilyas	693
AK04	<i>Dampak Praktek Green Banking Pada Kinerja Lingkungan Bank</i>	Anwar Hamdani, I Gusti Putu Diva Awatara	702
AK05	<i>Inklusi Keuangan Dan Pertumbuhan Ekonomi Di Asia</i>	Fauziah	711
AK06	<i>Financial Fundamental Analysis Of LQ45 Stock Prices On The Indonesia Stock Exchange</i>	Bambang Supeno, Gulam Muhammad	721
AK07	<i>Analisis Cost Volume Profit Untuk Perencanaan Manajemen Laba Perusahaan</i>	Vitratin, Yuliana	731
AK08	<i>Analisis Struktur Perbankan Di Indonesia "Studi Pada Bank Konvensional"</i>	Amelia Monica N, Hastina Anisafitri, Rachmawati	739
AK09	<i>Perkembangan Pemikiran Siklus Konversi Kas</i>	Hanifa Bennu Nur	758
AK10	<i>Perkembangan Struktur Pasar Perbankan Syariah Di Indonesia</i>	Dading Jatimoyo, Della Restiana Sari, Mintarti Rahayu	768
AK11	<i>Pentingnya Literasi Keuangan Dalam Pengelolaan Keuangan Keluarga</i>	Sumarni S, Sulfi Abdul Haji	777

AK12	<i>Tata Kelola Keuangan Badan Layanan Umum Daerah Sebagai Upaya Peningkatan Mutu Pelayanan Kesehatan Di Pusat Kesehatan Masyarakat</i>	Asih Tri Rahmi N	786
AK13	<i>Perkembangan Teori Manajemen Keuangan</i>	Moeljadi, Kartika Hendra Titisari, Triningsih Sri Supriyati	798

BAGIAN D: METERI SIMPOSIUM

KODE	JUDUL	PEMATERI	
P1	TEORI DAN REGULASI AKUNTANSI KEUANGAN	Prof Dr Bambang Subroto, MM.AK	800
P2	DUKUNGAN MASYARAKAT TERHADAP PENERAPAN EKONOMI ISLAM	Prof. Dr. M. Pudjiharjo, MS.,	802
P3	KERAGAMAN DALAM PEMIKIRAN EKONOMI	Prof.Dr. Munawar Ismail, SE., DEA.,	804
P4	FILOSOFI ILWIIRA: KONSTRUKSI RADIKAL AKUNTANSI SYARIAH SEBAGAI INSTRUMEN UNTUK KEMBALI PADA AL-HAQQ	Prof. Dr. Iwan Triyuwono, SE. Ak., Mec. PhD.,	806
P5	MEMBUMIKAN FILSAFAT DALAM DUNIA BISNIS (PERFILMAN): PERKEMBANGAN PEMIKIRAN ILMU EKONOMI DAN BISNIS	Prof Dr M Suyanto, MM.,	831
P6	SIKLUS PERKEMBANGAN PERMIKIRAN ILMU EKONOMI DAN BISNIS	Prof. Dr.Armanu SE.,MSc.,	835
P7	KESIMPULAN SIMPOSIUM		839

SHARING ECONOMY: PERKEMBANGAN KONSEP DAN DAMPAK PADA MODEL BISNIS

Anna Triwijayati

Program Studi Manajemen Universitas Ma Chung Malang
anna.triwijayati@machung.ac.id

Ryan Sandy Simaputera

Universitas Ma Chung
simaputera@gmail.com

ABSTRAK

Sharing economy menjadi fenomena bisnis saat ini. Kecepatan perkembangan sharing economy menantang ilmuwan, praktisi bisnis dan regulator untuk memperjelas posisi model bisnis ini di tengah perkembangan ekonomi digital. Artikel ini bermaksud membuat deskripsi yang lebih jelas tentang model sharing economy yang diharapkan dapat memberikan suatu pengantar gagasan penelitian empiris tentang sharing economy di Indonesia. Metode yang digunakan adalah studi referensi berdasarkan beberapa referensi ilmiah maupun artikel bisnis lainnya. Penyajian gagasan dibentuk melalui struktur jejak perkembangan model berdasarkan perspektif ekonomi digital, perubahan pola perilaku konsumen, perkembangan lintas model dan pro-cons. Sharing economy masih diteliti secara terbatas dan inconclusive sehingga penting untuk meneliti tentang motivasi individu dalam sharing economy dan bagaimana individu masyarakat merasakan dampak sharingeconomy.

Kata Kunci: *Sharing Economy, Model Bisnis, Ekonomi Digital, Era Digital*

BACKGROUND

Pada era disrupsi saat ini, berbagai model bisnis baru mulai dikenal dan menjadi disrupsi bagi model bisnis lain. Salah satu model bisnis yang disebut menjadi disruptor adalah Sharing economy. Sharing economy berkembang cepat (BSR, 2016) menjadi fenomena masyarakat modern. Sharing economy sering dianggap menjadi disruption bagi bisnis konvensional.

Kecepatan pertumbuhan sharing economy sangat luar biasa. Sebagai contoh dari data PWC, AirBnB memiliki 2 milyar listing kamar di seluruh dunia, dibandingkan dengan grup hotel Hilton dan Intercontinental yang memiliki 750.000 kamar (Le Jeune, 2016). Studi dari University of Berkeley yang dikutip oleh Saussier (2015) menunjukkan bahwa pada tahun 2020 akan ada 26 juta mitra atau car sharing members di seluruh dunia dan 415.000 kendaraan yang disharekan. Sejatinya sharing economy adalah model bisnis yang telah ada sejak jaman dahulu, di mana pada awalnya manusia berburu, bekerjasama dan saling barter selama ribuan tahun (Finley, 2013). Sharing economy didasari pada kemitraan dan kepercayaan antara provider dengan partner, dan terjadi pertukaran sumber

daya. Namun model bisnis ini menjadi berbeda dan muncul kembali ketika digabungkan dengan kemajuan teknologi informasi dan industrial information economy (Schiel, 2015; World Economic Forum, 2017).

Konsep sharing economy sangat luas dan tidak ada model yang sama (Ure, 2015). Salah satu cikal bakal platform sharing economy adalah bisnis persewaan. Jadi sebenarnya konsep sharing economy bukan model bisnis yang baru (Le Jeune, 2016). Perbedaannya adalah bahwa pada bisnis persewaan ada salah satu pihak yang memiliki asset tetap dan di salah satu pihak berperan sebagai penyewa yang tidak memiliki asset (Quinones & Augustine, 2015). Dalam sharing economy, provider tidak harus memiliki asset dan lebih berperan sebagai regulator dan pemilik platform bisnis. Selain itu masih ada pihak ketiga yaitu konsumen. Kunci Utama sharing model adalah access dan peer-to-peer (PWC, 2015).

Konsep sharing economy adalah untuk berbagi kebutuhan atau kepentingan masyarakat serta untuk bertukar aset lebih sedikit berwujud seperti waktu, ruang, keterampilan, dan uang (Benkler, 2004). Menurut Marr (2016) sharing economy

merupakan sistem sosio-ekonomi yang dibangun berdasarkan berbaginya sumber daya manusia dan fisik, juga termasuk berbaginya penciptaan, produksi, distribusi, perdagangan dan konsumsi dari barang dan jasa oleh orang dan organisasi yang berbeda. Sharing economy adalah calon kontributor yang signifikan untuk pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan (Bonciu, et al. dalam Kusuma & Juniawan, 2017). Berbisnis dengan basis sharing economy dapat menjadi salah satu strategi yang dapat dimaksimalkan oleh seluruh pelaku usaha.

Sharing economy mencakup beberapa sektor ekonomi utama, diantaranya ada sektor transportasi, rental dan akomodasi, logistik, keuangan dan kredit, pasar tenaga kerja serta pendidikan (Codagnone & Martens, 2016). Kerjasama dengan teknologi modern telah memungkinkan hal ini bermanfaat dalam sektor ekonomi, sosial dan lingkungan (Ernst & Young, 2015). Pengaruh dari sharing economy yang cukup besar membuat topik ini selalu dibahas oleh masyarakat luas, baik pemerintah maupun masyarakat bisnis. Pertama adalah bahwa sharing economy adalah fenomena yang masif dan cepat menyebar di banyak negara membuat berbagai pihak termasuk pemerintah belum siap dengan regulasi. Kedua, adalah bahwa sharing economy adalah inter dan multidisiplin model bisnis yang belum banyak diberikan pada sekolah bisnis. Dengan demikian ilmuwan sudah seharusnya tertantang untuk mendalami dan melakukan kajian empiris akan model bisnis ini. Artikel ini bermaksud membuat deskripsi yang lebih jelas tentang model sharing economy. Deskripsi tersebut didasarkan pada analisis berbagai tulisan ilmiah yang disampaikan dalam struktur penulisan semi-milestone perkembangan model bisnis sharing economy sehingga diharapkan menjadi pemicu penelitian empiris lainnya di Indonesia.

METODE:

Metode yang digunakan adalah studi referensi berdasarkan beberapa referensi ilmiah maupun artikel bisnis lainnya. Penyajian gagasan dibentuk melalui struktur:

Sharing economy: jejak perkembangan model berdasarkan perspektif ekonomi digital. Pada bagian ini akan dibahas

tentang bagaimana jejak perkembangan sharing economy model, mulai dari perubahan konsep sampai dengan model saat ini.

Sharing economy: perubahan pola perilaku konsumen. Sharing ekonomi telah mengubah perilaku konsumen dalam berkonsumsi. Melalui kemudahan akses internet, sharing economy menjadi sistem komunitas yang inklusif.

Sharing economy: perkembangan lintas model. Sharing economy telah banyak berkembang, bahkan mungkin dengan cara yang belum dipikirkan banyak pihak bisnis. Sub bagian ini akan membahas bagaimana sharing economy model telah dan akan berkembang.

Sharing Economy: pro dan cons. Sharing economy menimbulkan pro dan kontra. Sebagai model bisnis yang disebut-sebut disruptor, sharing economy juga banyak dibela sebagai pengungkit ekonomi masyarakat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sharing economy: jejak perkembangan model dari perspektif ekonomi digital.

Salah satu aspek yang berpengaruh dalam perkembangan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (IPTEK) adalah aspek ekonomi khususnya pada bidang ekonomi digital. Ekonomi digital lahir dan berkembang seiring penggunaan teknologi informasi dan komunikasi global. Menurut Dalle (2016) sejarah ekonomi dunia telah melalui empat era dalam hidup manusia yaitu era masyarakat pertanian, era mesin pasca revolusi industri, era perburuan minyak, dan era kapitalisme korporasi multinasional. Ekonomi digital dapat disebut sebagai era kelima.

Bila empat gelombang ekonomi sebelumnya berkarakter eksklusif dan hanya bisa dijangkau oleh kelompok elite saja, gelombang ekonomi digital hadir untuk menjangkau seluruh lapisan masyarakat. Karakteristik ini menciptakan daya saing antar industri untuk menciptakan suatu sistem yang mudah untuk menjangkau seluruh lapisan masyarakat dengan mengutamakan kolaborasi dan sinergi. Konsep ekonomi digital ini mendorong munculnya "sharingeconomy" dalam arti sebenarnya yakni 'berbagi sumber daya ekonomi' untuk mengangkat banyak usaha kecil dan menengah dalam memasuki dunia bisnis.

Sharing economy sejatinya bukan model bisnis baru. Berdasarkan artikel dari Farronato dan Levin (2015), milestone sharing economy model digambarkan sebagai berikut:

1844: Rochdale equitable pioneers society di Inggris

1854: Italian cooperative movement di Italia

1864: Community Garden di Jerman

1909: Collective living Kibbutzin di Israel

1930: Rural electrical cooperatives di Amerika Serikat

1944: Ride-sharing di Amerika Serikat

Sharing economy mulai tumbuh pesat bersamaan dengan perkembangan internet dan smartphones (Felländer, Ingram, & Teigland, 2015). Akses internet di berbagai belahan dunia mempercepat pertumbuhan platform bisnis sharing economy (Le Jeune, 2016). Krisis keuangan 2008 disebut oleh Selloni (2017) sebagai tahun meningkatnya pembahasan dan minat media dan literature tentang sharing economy. Tahun 2010, Botsman dan Rogers menulis *What's Mine Is Yours: The Rise Of Collaborative Consumption* di Harper Business New York. PWC dalam penelitiannya menyatakan bahwa tahun 2013 potensi Sharing economy mencapai \$13 juta. Tahun 2014, Juliet Schor menerbitkan essaynya tentang perdebatan sharing economy (Schor, 2014). Tahun 2014-2015 disebut sebagai tahun peningkatan sharing economy model di seluruh dunia yang ditandai pula dengan peningkatan kontroversi (Codagnone & Martens, 2016). Akhir sampai saat ini tulisan tentang sharing economy sebenarnya sudah banyak dihasilkan. Pada tahun 2019 Juliet Schor dan Mehmet Cansoy menerbitkan *The Oxford Handbooks of Consumption* sebagai buku referensi.

Menurut studi yang dikembangkan oleh Gaskins (2010) dan banyak dibahas dalam Selloni (2017), terdapat 4 faktor utama yang menyebabkan munculnya sharing economy, yaitu technology, environmental concerns, global recession dan community. Sementara Finley (2013) menyebutkan bahwa faktor societal, technological dan economic yang mendorong sharing economy business model. Technology menjadi peran penting dalam membangun sharing economy

berskala besar, karena teknologi mempercepat dan memfasilitasi sharing economy yang berdampak positif dalam pertumbuhan ekonomi. Kecepatan perkembangan teknologi sangat signifikan perannya dalam pertumbuhan sharing economy model. Environmental concerns, membuat banyak pihak merasa diuntungkan saat terjadi kelangkaan, karena dapat berbagi sumber daya dan aset serta dapat berkolaborasi dalam cara hidup yang berkelanjutan. Teknologi yang canggih memfasilitasi community dalam berinteraksi satu sama lain dengan konektivitas online, sehingga dapat menjangkau di daerah terpencil sekalipun. Komunitas masyarakat saat ini terfasilitasi oleh media online yang memungkinkan kontak antar masyarakat dalam satu area namun tidak pernah berinteraksi. Motivasi seseorang menggunakan teknologi dalam sharing economy karena kemudahannya dalam pengaplikasian kehidupan sehari-hari. Enjoyment menjadi faktor penting dalam penerapan teknologi saat ini, seperti berbagi kegiatan sehari-hari dalam media sosial (Nov et al., 2010). Sebuah studi menunjukkan bahwa penggunaan media sosial didasari oleh perasaan enjoyment (Lin & Lu, 2011).

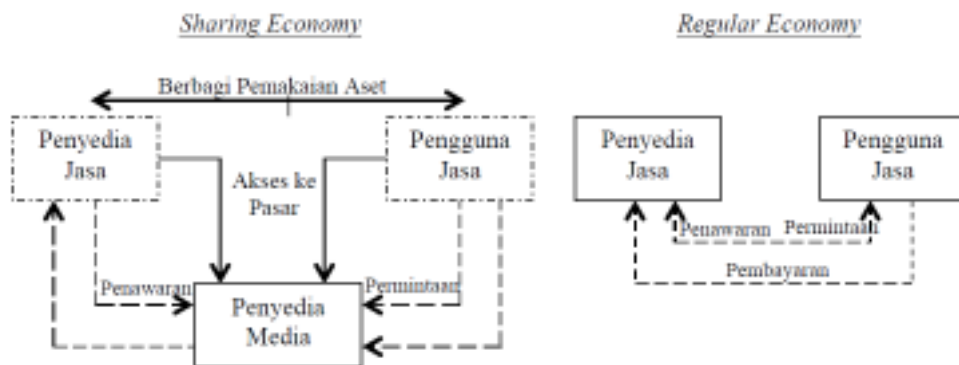
European Commission (2013) menyatakan bahwa penurunan kepercayaan masyarakat pada perusahaan sebagai hasil dari krisis ekonomi dan keuangan ikut mendorong pertumbuhan sharing economy. Global recession, membuat banyak orang menjadi hemat dalam pengeluaran karena dapat saling berbagi. Selain itu unemployment rate juga meningkat bersamaan dengan turunnya purchasing power. Sistem ekonomi tradisional dipandang tidak berjalan efektif untuk semua orang dan ada kebutuhan model bisnis yang inklusif, sebagai suatu human business model (BSR, 2016). Sebagai akibatnya adalah masyarakat cepat mengadopsi peer to peer business model yang lebih memudahkan dan menghemat pengeluaran.

Felländer, Ingram dan Teigland (2015) menyatakan bahwa technological advancements dan big data analytics, mudahnya entry barriers, peningkatan kemudahan transaksi finansial, transparansi, penurunan pola konsumsi

dan resesi global terutama tahun 2008 juga menjadi salah satu faktor pendorong tumbuhnya sharing economy. Alasan kecepatan pertumbuhan model bisnis dari sharing economy adalah karena model bisnis ini didasarkan pada software khusus, yang memungkinkan perusahaan meningkatkan atau memperbesar skala bisnisnya tanpa perlu memiliki aset dan bangunan (Quinones & Augustine, 2015). Sharing economy merupakan sebuah model bisnis baru yang menggunakan media digital sebagai perantara untuk menghubungkan transaksi antara pemilik barang dan/atau penyedia jasa dengan pembeli barang dan/atau pengguna jasa (Sinclair, 2016). Perusahaan sharing economy memungkinkan mitra untuk mengisi peran dan tugas baru yang diarahkan oleh pebisnis (European Commission, 2013).

Prinsip dasar kemitraan sharing economy adalah kepercayaan pada provider (Finley, 2013; Farronato & Levin, 2015; Augustine, 2015), yang sebenarnya diwakili oleh teknologi informasi berupa software, serta efficiency dan value proposition (Farronato & Levin, 2015). Kemampuan sharing economy modern adalah mendapatkan mitra dan pengguna meskipun di antara mereka sebenarnya tidak saling kenal atau asing satu sama lain (Quinones & Augustine, 2015).

Karakter dasar dari sharing economy adalah berorientasi pada perseorangan atau individu (peer to peer/P2P). Perusahaan sharing economy berlaku sebagai 'pasar' bagi sesama individu yang hendak melakukan transaksi (Zuluaga, 2016). Akibat dari hubungan tiga arah pun terjadi yaitu antara pemilik barang atau penyedia jasa, penyedia media (platform), dan pembeli barang atau pengguna jasa.



Gambar 1
Perbandingan Sharing Economy Dengan Regular Economy
Sumber: Goudin (2016)

Berkat sharing economy, penggunaan sumber daya yang ada bisa menjadi lebih irit dan efisien karena dipakai bersama. Perkembangan dari penelitian terakhir menunjukkan bahwa penerapan teknologi dalam sharing economy memaksimalkan dampak lingkungan, sosial dan ekonomi dari konsumsi masyarakat saat ini serta generasi yang akan datang (Philip, Ozanne, & Ballantine, 2015). Untuk menjadi 'pasar' dalam transaksi P2P, perusahaan sharing economy memanfaatkan sosial media dan teknologi informasi yang memungkinkan interaksi dalam jaringan (Heinrichs, 2013). Keberadaan nama-nama besar seperti

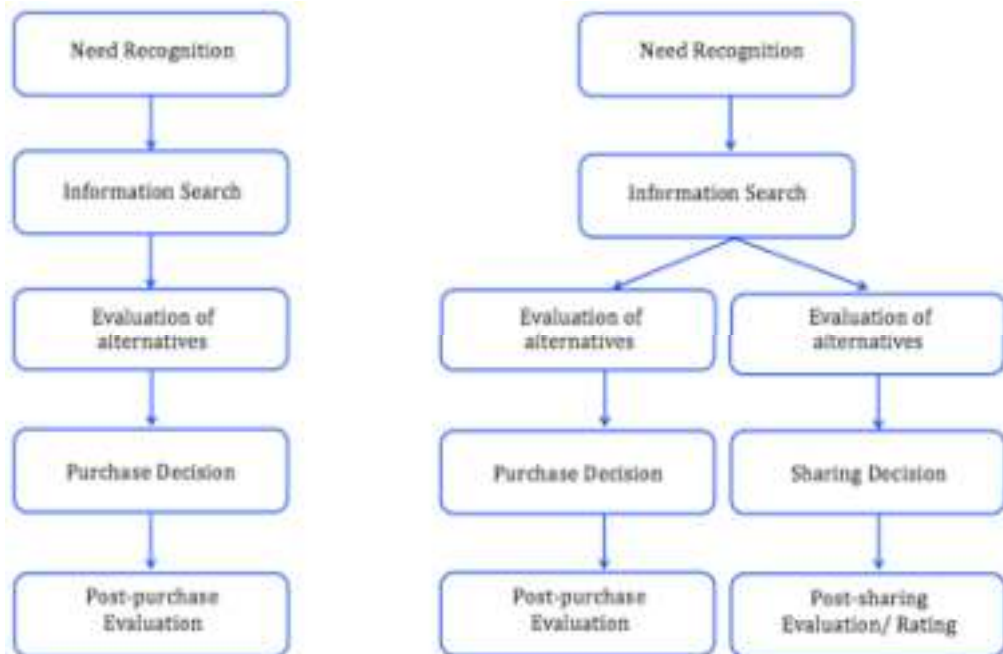
Uber, Airbnb, Grab, Lyft, Zipcar, Go-Jek, dan eBay merupakan contoh dari perusahaan-perusahaan sharing economy yang bertindak sebagai media dalam hubungan tiga arah tersebut. Sharing economy telah diterima oleh masyarakat luas sebagai fenomena ekonomi baru dengan penciptaan online platform yang memungkinkan orang berkolaborasi dengan orang asing dengan tidak membatasi jumlah pengguna. Sharing economy setidaknya terkait dengan 4 hal, yakni recirculation of goods, peningkatan penggunaan aset tahan lama, pertukaran layanan dan aset sharing produktif (Nasscom, 2015).



Gambar 2. BSR's Inclusive Economy Framework (BSR, 2016)

Sharing Economy: Perubahan pola perilaku konsumen
 Sharing economy membawa dampak pada gaya hidup masyarakat kota. Hilangnya hambatan kepemilikan dan kemudahan akses barang dan jasa membawa dampak positif pada pengguna atau konsumen akhir kelas bawah (BSR, 2016).

Sharing economy memengaruhi motivasi dan manfaat yang dirasakan konsumen dimana hal ini juga memengaruhi keseluruhan proses pengambilan keputusan. Ammerman dalam Scholdan dan Straaten (2015) berpendapat bahwa proses keputusan pembelian tradisional dengan lima tahap pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan tahap evaluasi pasca pembelian, selaras secara berbeda saat mempertimbangkan keputusan collaborative consumption.



Gambar 3
 Traditional Buyer Decision Process & Advanced Buyer Decision Process
 Sumber: Ammerman dalam Scholdan & Straaten (2015)

Tahap pertama sama persis, namun hasil pada tahap kedua, setelah konsumen melakukan pencarian informasi sebuah

produk atau jasa, konsumen mungkin menemukan penyedia yang menawarkan produk atau jasa dari sharing economy. Konsumen kemudian memilih untuk

membeli atau memperdagangkan produk atau jasa ini. Tahap ketiga membuat konsumen mulai mengevaluasi dan menilai beberapa pilihan seperti memilih beberapa produk yang ditawarkan perusahaan “trading”. Konsumen kemudian membagikan atau memperdagangkan produk dalam tahap keputusan berbagi yang lebih menguntungkan secara finansial dibandingkan pembelian secara tradisional. Fase proses pengambilan keputusan merupakan evaluasi pasca pembelian yang sangat penting untuk collaborative consumption karena mengevaluasi pengguna lain dan keseluruhan platform serta membantu meningkatkan kepercayaan (Scholdan & Straaten, 2015).

Sementara model ekonomi tradisional adalah untuk menjual lebih banyak dengan meyakinkan masyarakat untuk membeli produk baru dibanding memperbaikinya, sharing economy kembali pada prinsip dimana produk dengan kualitas tinggi akan digunakan secara berulang kali dan menghasilkan nilai yang lebih besar sesuai masa pemakaian. Logika “throwaway” ini sudah memimpin masyarakat selama bertahun-tahun dan mulai dipertanyakan, karena produk saat ini masyarakat cenderung memperbaiki untuk digunakan kembali.

Menurut Gansky (2010), sharing economy memiliki 4 karakteristik utama, yaitu:

Durability, produk yang akan digunakan dalam sharing economy harus aman dan dapat digunakan dalam jangka panjang.

Flexibility, produk yang akan digunakan harus mudah dikuasai dan fleksibel.

Reparability, produk harus sesuai dengan standar pabrik sehingga dapat diganti dengan mudah, mendorong budaya perbaikan.

Sustainability, produk harus ramah lingkungan dengan efisiensi yang lebih baik dengan biaya lebih rendah.

Sharing economy model telah mengubah perilaku konsumen. Konsumen sharing economy model seringkali juga merupakan partner dari perusahaan sharing economy. Konsumen akhir pengguna layanan sharing economy, telah mengubah perilaku konsumsinya dalam mencari, mengakses dan berinteraksi dengan provider. Sharing economy adalah socio-economic ecosystem yang dibangun

berdasarkan sharing sumber daya fisik dan manusia, termasuk di dalamnya berbagi kreasi, produksi, distribusi, perdagangan dan konsumsi barang dan jasa oleh orang dan organisasi yang berbeda (Nasscom, 2015). Sharing economy model merefleksikan pergeseran pola konsumsi dan khususnya kemudahan akses permintaan barang dan jasa (PWC, 2015).

Sharing Economy: Perkembangan lintas model

Menurut Belk (2014), era masyarakat digital di abad ke-21 telah memfasilitasi keberadaan dan perkembangan sharing economy, terbukti dengan proyeksi PricewaterhouseCoopers (PwC) yang menunjukkan bahwa bentuk usaha sharing economy yang telah menyumbang 15 miliar USD terhadap total pendapatan global di 2013 akan meningkat secara eksponensial mencapai angka 335 miliar dolar AS di 2025 (PricewaterhouseCoopers, 2015). Adapun eskalasi bisnis sharing economy tidak terlepas dari pertumbuhan signifikan jumlah pengguna internet yang kini telah mencapai 44% dari total penduduk dunia (Welsum, 2016).

Dalam aspek ekonomi, pemanfaatan teknologi menyebabkan minimalisasi biaya transaksi yang dilakukan melalui tiga cara yaitu melalui pemotongan biaya pencarian dengan penyediaan pilihan yang bervariasi, melalui pembangunan sistem kepercayaan yang tinggi di antara pihak-pihak yang terlibat dalam transaksi dan melalui pemberian fasilitas metode pembayaran yang transparan dan akuntabel (Munger, 2015).

BSR-Rockefeller menyebut bahwa sharing economy adalah model bisnis yang inklusif. Inklusif dapat diartikan dapat diakses dan mengakses oleh semua pihak. Dilihat dari salah satu aspek yaitu kemudahan akses barang dan jasa, sharing economy model berdampak pada people, product dan services dan partnership. Collaborative sharing, swapping, trading, atau renting product dan services menjadi basis model bisnis sharing economy yang memungkinkan akses lintas pemilik atau kepemilikan (BSR, 2016)

Sharing economy business model merupakan model bisnis yang dirancang

sebagai human-centered design (BSR, 2016). Sharing economy meliputi Business to Business (B2B), Consumer to Consumer (C2C)/ peer to peer (P2P) dan Business to Consumer (B2C). PWC (2015) menyebutkan bahwa bentuk sharing economy business model yang sering ditemukan adalah peer-to-peer lending dan crowdfunding, dan peer-to-peer accommodation and car sharing. Sharing economy menyebar luas dalam berbagai bidang, tangibles dan intangibles assets.

Area model bisnis sharing economy dalam tangible assets saat ini mungkin akan semakin berkembang yang tidak dapat diduga oleh pasar dan pebisnis. Saat ini Peer-to-peer (P2P) model adalah salah satu bentuk sharing economy business model yang dikenal masyarakat Indonesia. Area bisnis yang paling sering menjadi obyek P2P adalah akomodasi, transportasi, online labour market dan finance (Petropoulos, 2017). Saat ini area bisnis sharing economy model antara lain adalah car rental, office sharing, city bike, heavy equipment, video games dan music, storage space, accommodation, books dan music, dan masih banyak lagi yang tentunya akan terus berkembang. Sedangkan dalam bidang jasa, sharing economy sudah berkembang dari bisnis freelancer, menjadi berbagai produk jasa lain misalnya education, Finance, crowdfunding payments, delivery services/ logistics skill services.

Selain aspek produk, sharing economy model akan terus berkembang. Model perkembangan ini disebut Kosintceva (2016) sebagai model bisnis On-Demand Business Provider. On-demand Service Provider adalah kategori terakhir setelah P2P dari sharing economy business models. Model ini dipusatkan pada jasa yang ditujukan untuk konsumen atau komunitas melalui online platform dengan target pasar dua sisi. On-demand Service Provider memiliki satu kelompok konsumen dan satu kelompok yang disebut group of "so-called" consumers for the sake of sharingeconomy, yang dalam bisnis tradisional sering disebut outsourced employees, independent contractors or partners (Kosintceva, 2016).

Sharing Economy: Pro dan Cons

Sharing economy menarik gagasan bahwa masyarakat modern saat ini menginginkan kesetaraan, keberlanjutan dan komunitas. Setiap partisipan dari sharing economy mendorong untuk saling membantu bersama dengan menggunakan aset pribadi yang menganggur sebagai alat bantu. Pendukung sharing economy menyebutnya bukan hanya model bisnis baru, melainkan juga sebagai gerakan sosial (Slee, 2015). Dari sisi sosial, keterlibatan masyarakat dalam sharing economy model adalah untuk efisiensi dan juga partisipasi dalam pengalaman sosial (Finley, 2013).

Sebagian besar industry dapat terdampak oleh keberadaan sharing economymodel dan harus menyesuaikan diri bahkan menjadi bagian dalam sharing economymodel (Le Jeune, 2016). Dampak sharing economymodel dapat dilihat dari sisi provider, regulasi, persaingan dan perilaku konsumen. Dampak sharing economymodel masih menjadi perdebatan dari sisi dampak positif dan negatif.

Sharing economy dilaporkan membawa dampak positif bahwa kehidupan masyarakat di suatu kota akan lebih mudah dan terjangkau (BSR, 2016). Namun tidak sedikit juga perdebatan tentang efek negatif dari platform ini (Codagnone & Martens, 2016). Sharing economy mengancam keberadaan bisnis konvensional di banyak negara dan kota-kota maju. Uber dan AirBnB sebagai contoh, tumbuh dengan cepat dan mengancam model bisnis tradisional dan taxi di USA (Quinones & Augustine, 2015). Selain itu problem yang muncul bagi regulator atau pemerintah adalah masalah penghindaran pajak dan deregulasi pasar tenaga kerja (Selloni, 2017). Beberapa contoh adalah polemik keberadaan AirBnB di New York, Barcelona.

Sharing economy memberikan dampak ekonomi, environmental dan sosial, seperti digambarkan oleh Grybaitė dan Stankevičienė (2016). Dampak ekonomi antara lain peningkatan produktifitas, katalis inovasi dan kewirausahaan inividu dan reduksi biaya. Dampak lingkungan antara lain adalah efisiensi sumber daya dan reduksi energi potensial. Sedangkan dampak sosial adalah membuat koneksi lebih berarti serta re-emergence of community dan inklusi sosial.

Sharing economy telah berdampak bagi masyarakat modern dengan berbagai cara. Perkembangannya menciptakan pasar baru untuk memanfaatkan sumber daya yang tidak terpakai dan membiarkan pengguna mengakses barang dan jasa dengan biaya lebih rendah. Salah satu faktor yang membuat sharing economy tidak lebih baik dibanding ekonomi tradisional adalah sharing economy lebih jarang dikontrol yang menyebabkan sharing economy memiliki ketergantungan terhadap regulasi pemerintah dan juga memiliki ketergantungan yang lebih terhadap kepercayaan antara sebuah produk atau jasa dengan penggunaannya. Beberapa mengatakan bahwa sharing economy berdampak terhadap bagaimana cara masyarakat mengkonsumsi suatu produk atau jasa dan mendorong pertumbuhan ekonomi yang dimotori dengan hadirnya internet (Gansky, 2010).

Sharing economy dianggap lebih dari sekedar niche economy karena dapat dilihat sebagai pasar yang sesungguhnya dengan menciptakan jumlah pasar lebih banyak serta meningkatkan penjualan (Botsman & Rogers, 2010). Transportasi khususnya ridesharing merupakan salah satu bidang yang ada dalam sharing economy saat ini. Beberapa perusahaan teknologi di Indonesia sudah memanfaatkan sharing economy sebagai salah satu sistem yang dijalkannya sehingga semua orang bisa menikmatinya.

Karakteristik dari model bisnis ini harus mencakup produk, layanan atau bahan baku yang dapat dibagi. Layanan yang akan digunakan adalah website dan mobile canggih untuk melacak barang, mengumpulkan informasi dan aggregate usage. Fokus utamanya adalah pada barang fisik yang dapat dibagikan dan membuat pengiriman lokal lebih sesuai dan bernilai. Faktor utama yang memengaruhi pertumbuhan popularitas dan penggunaan sharing economy adalah word of mouth dan layanan jejaring sosial. Sharing economy adalah membangun jaringan di mana semua bagian terhubung satu sama lain dan bergerak secara bersamaan yang membuat keseluruhan era layanan berbasis informasi. Model bisnis ini dibangun di atas rantai transaksi yang memungkinkan untuk menyewa produk yang sama berulang-ulang. Model

ini membutuhkan dua blok penting agar berfungsi, yaitu penciptaan sharing platform itu sendiri dan pengembangan infrastruktur informasi, yang memungkinkan untuk memanfaatkan jaringan seluler, web dan sosial (Gansky, 2010).

Word of mouth terbukti lebih efektif dalam menjangkau pelanggan baru daripada iklan tradisional. Setiap orang cenderung mencoba produk atau jasa dari sebuah merek baru saat menerima rekomendasi dari sumber terpercaya, baik itu teman dekat ataupun keluarga. Layanan jejaring sosial yang ditujukan untuk menghubungkan teman dan anggota keluarga menjadi peluang yang besar untuk menyebarkan suatu produk atau jasa (Gansky, 2010).

Sharing economy dalam bidang car sharing, muncul respon yang bagus terhadap biaya dan kepemilikan sebuah mobil. Lebih dari itu, car sharing memengaruhi ekonomi saat malam hari seperti di Kota Sydney, masyarakat di sana cenderung menggunakan car sharing sebagai transportasinya pada pukul 6 sore (Lyons & Wearing, 2015). Pandangan perspektif jangka panjang menunjukkan bahwa jika sharing economy kurang dapat perhatian dari pemerintah, sehingga pemerintah akan menghadapi dampak negatif, khususnya dalam aturan pungutan pajak. Masalah ini menjadi persoalan di banyak negara.

Dalam aspek ekonomi, kombinasi antara konsep P2P dan pemanfaatan teknologi menyebabkan minimalisasi biaya transaksi yang dilakukan melalui tiga cara yaitu melalui pemotongan biaya pencarian dengan penyediaan pilihan yang bervariasi, melalui pembangunan sistem kepercayaan yang tinggi di antara pihak-pihak yang terlibat dalam transaksi dan melalui pemberian fasilitas metode pembayaran yang transparan dan akuntabel (Munger, 2015). Hasilnya adalah biaya yang lebih murah dan jumlah transaksi yang meningkat, mengingat semakin terbukanya kesempatan bagi wirausahawan mikro untuk bergabung yang sekaligus berdampak pada menurunnya angka pengangguran (Philip, Ozanne, & Ballantine, 2015).

Dari aspek sosial dan konsumen, sharing economy menawarkan kecepatan, kemudahan, kenyamanan dan harga yang

lebih terjangkau. Sharing economy memadankan kebutuhan dan ketersediaan dalam waktu nyata (Malhotra & Van, 2014). Berkaca dari Grab, konsumen hanya perlu menekan tombol pencarian di aplikasi Grab untuk mencari penyedia jasa yang tersedia. Hanya dengan sekali sentuh, kebutuhan dan ketersediaan akan langsung bertemu dan mobil langsung menjemput konsumen dengan sistem pintu ke pintu (door to door). Konsumen dapat melacak pergerakan mobil, melihat gambar, plat, jenis mobil dan identitas pengemudi mobil. Bentuk pembayaran non-tunai juga menjadi salah satu keunggulan sharing economy.

Sharing economy menyebabkan disrupsi pasar. Christensen (1997) dalam teorinya 'theory of disruptive innovation' menyatakan bahwa inovasi yang mengganggu dapat mematikan dominasi pangsa pasar yang telah ada sebelumnya. Secara sederhana, MacCarthy (2010) mendeskripsikan sharing economy sebagai aktor baru yang membawa sistem dan risiko baru, namun bermain di ladang yang lama. Alhasil, konflik horizontal menjadi tidak terelakkan yang dipicu oleh terkikisnya dominasi aktor lama, dan lahirnya ketakutan para pelaku usaha lama terhadap penurunan kemampuan untuk memenuhi kebutuhan dasar mereka atau yang lebih dikenal dengan istilah insecurities economic insecurity (Safitri, 2015).

Sharing economy juga menyebabkan disrupsi regulasi. Menurut Cortez (2014) mendeskripsikan teori disrupsi regulasi sebagaimana inovasi mengacaukan skema regulasi yang telah terbentuk. Regulasi di bidang transportasi darat yang sebelumnya hanya mengatur hubungan dua arah (antara perusahaan angkutan umum dan konsumen) tidak dapat diberlakukan lagi terhadap hubungan tiga arah (antara penyedia angkutan, penyedia media jejaring daring dan konsumen) yang dianut oleh sharing economy. Akibatnya, kompetisi yang tidak adil terjadi karena terdapat aktor-aktor tertentu yang tidak terikat pada peraturan dan regulasi yang sama (Lee, 2014).

Sharing economy juga berkaitan dengan masalah regulasi. Fenomena ini terjadi akibat kebingungan hukum, seperti Grab yang merupakan perusahaan taksi atau pengembang perangkat lunak dan Airbnb

sebuah hotel, agen rental, atau penyedia produk perangkat lunak. Dalam lapangan, mereka bukanlah kedua-duanya, akan tetapi status mereka berada di tengah-tengah. Kecepatan pertumbuhan model bisnis ini yang belum diimbangi dengan regulasi sering menimbulkan gesekan dan polemik antar perusahaan, antar provider, dan antar masyarakat.

Dampak keberadaan sharing economy juga dapat dilihat dari sisi konsumen akhir. Konsumen akhir menilai mendapatkan manfaat positif dari keberadaan model bisnis ini. Konsumen akhir yang tidak dapat menjangkau kepemilikan barang, misalnya mobil, menikmati keuntungan (BSR, 2016). Di sisi lain, untuk menarik minat masyarakat mengadopsi model bisnis ini, masyarakat sebagai konsumen akhir juga diberikan kemudahan dalam mengakses layanan. Mobile apps disediakan untuk masyarakat, ditambah dengan promosi dan rate layanan yang lebih murah dibandingkan dengan perusahaan konvensional. Sharing economy mengubah perilaku konsumsi konsumen generasi Y dan Z dan masyarakat modern. Hal ini karena dalam sharing economy ada pengurangan waktu pencarian, kecepatan dan fleksibilitas transaksi menggunakan smartphone kapanpun dan di manapun (Quinones & Augustine, 2015). Tantangan permasalahan dari sisi konsumen adalah safety dan security (Holmes & McGuinty, 2015). Dalam hal ini pemerintah diharapkan mengeluarkan peraturan yang mengakomodasi layanan sharingeconomy.

Kesimpulan

Pengaturan sharing economy model memang seolah berkejaran dengan pertumbuhan platform bisnis ini. Sharing economy model memaksa pemerintah mengatur keberadaan model bisnis ini yang menjadi model bisnis disruptif bagi bisnis yang lain (Holmes dan McGuinty, 2015). Masyarakat yang mengikuti tren bisnis baru seperti sharing economy membutuhkan sebuah pengertian dan motivasi sehingga membentuk perilaku baru dalam memilih untuk bergabung dalam collaborative consumption. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa saat level self-determination meningkat maka perilaku konsumen juga meningkat

khususnya perilaku dalam jejaring sosial (White, 2015).

Beberapa hambatan bagi provider untuk berpartisipasi dalam P2P sharing economy model antara lain hambatan regulasi, keuangan dan expertise (Cheng, 2015). Sharing economy model yang tumbuh dengan cepat, memiliki keterbatasan regulasi yang belum disiapkan oleh pemerintah pusat maupun daerah setempat. Dampaknya adalah gesekan masyarakat bawah, misalnya dengan angkutan kota, atau antara mitra dengan perusahaan. Dari aspek keuangan, permasalahan yang mungkin muncul adalah bagaimana aspek fair wage dan wealth dari platform bisnis ini. Meski demikian berbagai kasus dari dampak sharing economy masih diteliti secara terbatas dan inconclusive sehingga penting untuk meneliti tentang motivasi individu dalam sharing economy dan bagaimana individu masyarakat merasakan dampak sharing economy (Codagnone & Martens, 2016). Penelitian empiris sharing economy di Indonesia penting dan mendesak untuk menegaskan kembali sharing economy di Indonesia dari aspek regulasi, manfaat, tantangan dan hambatan. Perlu juga dilakukan pembuktian empiris manfaat sharing economy dari berbagai aspek ekonomi, lingkungan dan sosial. Sharing economy adalah suatu model bisnis yang memang tumbuh dan tidak dapat diprediksi, sehingga sudah seharusnya diperlukan pembahasan dan pengajaran sharing economy dalam topik bahkan kurikulum sekolah bisnis di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- 1) Augustine, A. Q. (2015). *Technology and Trust: How the Sharing Economy is Changing Consumer Behavior*. Bilbao: BBVA.
- 2) Belk, R. (2014). "You are what you can access: Sharing and collaborative. *Journal of Business Research*, 67 (8), 1595-1600.
- 3) Benkler, Y. (2004). *Sharing nicely: on sharable goods and the emergence of sharing as a modality of economic production*. *Yale Law Journal*. 114, 273-358.
- 4) Botsman, R., & Rogers, R. (2010). *What's mine is yours: the rise of collaborative consumption*. New York: Harper Business.
- 5) BSR. *An Inclusive Sharing Economy: Unlocking Business Opportunities to support Low Income and Underserved Communities*. Working Paper, BSR, 2016.
- 6) Cheng, D. (2015, July 6). *Barriers to Growth in the Sharing Economy*. *Next American Economy Convening*. Roosevelt Institute.
- 7) Christensen, C. M. (1997). *The Innovator's Dilemma: When New*. Boston: Harvard Business School Press.
- 8) Codagnone, C., & Martens, B. (2016). *Scoping the Sharing Economy: Origins, Definitions, Impact and Regulatory Issues*. Institute for Prospective Technological Studies Digital Economy Working Paper amari2016/01 . Joint Research Centre of European Commission.
- 9) Cortez, N. (2014). *Regulating Disruptive Innovation*. *Berkeley Technology Law Journal*, 29, 175.
- 10) Dalle, J. (2016, March 24). *Menyoal Ekonomi Digital*. Diambil kembali dari *Republika*: <http://www.republika.co.id/berita/koran/opini-koran/16/03/24/o4jd0n10-menyaoal-ekonomi-digital>
- 11) Ernst & Young. (2015). *The Rise Of Sharing Economy*. New Delhi: Ernst & Young .
- 12) European Commission. (2013). *The Sharing economy: Acceeibility Based Business Models for Peer-to-peer Markets*. European Union.
- 13) Farronato, C. & Levin. J. (2015). *The Rise of Peer-to-Peer Businesses*. *The Sharing Economy: New Opportunities, New Questions*. *GI Global Investor*. 2.15, November. 6-13.
- 14) Finley, K. (2013). *Trust in the Sharing Economy: An Exploratory Study*. Centre for Cultural Policy Studies. The University of Warwick.
- 15) Gansky, L. (2010). *The Mesh: Why the Future of Business Is Sharing*. New York: Portfolio Penguin.
- 16) Gaskins, K. (2010). *'The new sharingeconomy', a study by latitude in collaboration with Shareable Magazine*. Massachusetts: Latitude.
- 17) Goudin, P. (2016). *The Cost of Non-Europe in the Sharing Economy*. *European Added Value Unit*, 558-777.
- 18) Grybaite , V., & Stankeviciene, J. (2016). *Motives for Participation in the Sharing Economy From Lithuania*. *Economic and Management*, 8(4), 7-17.
- 19) Heinrichs, H. (2013). *Sharing economy: a potential new pathway to sustainability*. *Gaia*. 22(4), 228-231.
- 20) Holmes, A., & McGuinty, L. (2015). *Harnessing The Power of The Sharing Economy, Next Steps for Ontario*. Ontario: Ontario Chamber of Commerce .
- 21) Kosintceva, A. (2016). *Business Models of Sharing Economy Companies*. Bergen: Norwegian School of Economics.
- 22) Kusuma, A. A., & Juniawan, J. E. (2017). *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Customer Switching dari Taksi Konvensional ke Taksi Online*. *E-Jurnal Manajemen Unud* 6 (10), 5460-5488.
- 23) Le Jeune, S. (2016). *The Sharing Economy*. ESG Analyst. London: Schroders.
- 24) Lee, C. (2014). *Regulating Rideshare Without Stifling Innovation: Examining the Drivers, the Insurance Gap, and Why Pennsylvania Should Get on Board*. *Journal of Technology Law & Policy*, 15.
- 25) Lin, K., & Lu, H. P. (2011). *Why people use social networking sites: An empirical study integrating network externalities and motivation theory*. *Computers in Human Behavior*, 27(3), 1152-1161.

- 26) Lyons, K., & Wearing, S. (2015). *Sharing Economy*. Diambil kembali dari NSW Business Chamber: <https://www.nswbusinesschamber.com.au/NSWBCWebsite/media/Policy/Tourism/Sharing-Economy-Issues-Impacts-and-Regulatory-Responses-COMBINED-POLICY-9-11-15.pdf>
- 27) MacCarthy, M. (2010). "What Payment Intermediaries Are Doing About Online Liability and Why It Matters". *Berkeley Technology Law Journal*, 25, 1037.
- 28) Malhotra, A., & Van, A. (2014). "The Dark Side of the Sharing Economy. *Communication of the ACM*, 57 (11), 24-27.
- 29) Marr, B. (2016, October 21). *The Sharing Economy - What It Is, Examples, And How Big Data, Platforms And Algorithms Fuel It*. Diambil kembali dari Forbes: <https://www.forbes.com/sites/bernardmarr/2016/10/21/the-sharing-economy-what-it-is-examples-and-how-big-data-platforms-and-algorithms-fuel/#6a3e92f27c5a>
- 30) Munger, M. C. (2015). *Forever Contemporary: The Economics of Ronald Coase*. London: Institute of Economic Affairs.
- 31) Nasscom. (2015). *The Rise of The Sharing Economy*. Kolkata: Ernst & Young LLP India.
- 32) Nov, O., Naaman, M., & Ye, C. (2010). Analysis of participation in an online photo-sharing community: A multidimensional perspective. *Journal of the American Society for Information Science and Technology* 61(3), 555-566.
- 33) Parameswaran, M., & Whinston, A. B. (2007). Social computing: An overview. *Communications of the Association for Information Systems*, 19 (1), 37.
- 34) Petropoulos, G. (2017). *An Economic Review of The Collaborative Economy*. Policy Contribution(5).
- 35) Phillips, H. E., Ozanne, & Ballantine. (2015). "Examining Temporary Disposition and Acquisition in. *Journal of Marketing Management*, 31 (11-12), 1310-1332.
- 36) Posen, H. (2015). *Ridesharing in the Sharing economy : Should Regulators Impose Uber Regulations on Uber*. *Journal of Iowa Law Review* Vol. 101, 405.
- 37) PricewaterhouseCoopers. (2015). *The Sharing Economy*. New York: PricewaterhouseCoopers.
- 38) PWC. (2015). *Five Steps to Success The Sharing Economy*. London: PWC.
- 39) Quinones, A., & Augustine, A. (2015). *Technology and Trust: How the Sharing Economy is Changing Consumer Behavior*. US Banking Watch. BBVA Research US.
- 40) Safitri, M. (2015). *Tinjauan Hukum Persaingan Usaha Terhadap Konflik Antara Taksi Konvensional dan Taksi Online*. *Keadilan Progresif*, 6 (2), 138-148.
- 41) Saussier, J. (2015, November). *Sharing as Disruptive Force*. *The Sharing Econom: New Opportunities, Ner Questions*, 18-21. G! Global investor 2.15.
- 42) Schiel, F. (2015). *The Phenomenon of Sharing Economy in Germany*. University of Twente and Technische Universitat Berlin.
- 43) Scholdan, L., & Straaten, N. (2015). *What are the drivers of the sharing economy and how do they*. Rotterdam: University Rotterdam.
- 44) Schor, J. (2014, October). *Debating the Sharing Economy. A Great Transition Initiative Essay*. Diambil kembali dari <http://greattransition.org/publication/debating-the-sharing-economy>.
- 45) Selloni, D. (2017). *New Forms of Economies: Sharing Economy, Collaborative Consumption, Peer-to-Peer Economy*. Dalam *CoDesign for Publcic-Interest Services* (hal. 15-26). Springer.
- 46) Sinclair, M. (2016). *Fair and Efficient Regulation of the Sharing Economy*. *Economic Affairs* 3 (2), 204-211.
- 47) Slee, T. (2015). *What's yours is mine: Against Sharing Economy*. New York: OR Books.
- 48) Ure, J. (2015). *Impact of The Sharing Economy*. *InterMEDIA*, 43(1), 33-38.
- 49) Welsum, D. (2016). *Sharing is caring? Not quite. Some observations about 'the sharingeconomy'*. Washington, D. C.: World Bank.
- 50) White, C. (2015). *The Impact of Motivation on Customer Satisfaction Formation: A Self-Determination Perspective*. *European Journal of Marketing*, 49(11/12), 1923-1940.
- 51) World Economic Forum. (2015). *Collaboration in Cities: From Sharing to 'Sharing Economy'*. *World Economic Forum in Collaboration with PwC*.
- 52) World Economic Forum. (2017). *Collaboration in Cities: From Sharing to 'Sharing Economy'*. Geneva: World Economic Forum.
- 53) Zuluaga, D. (2016). *Regulatory approaches to the sharingeconomy*. London: Institute of Economic Affairs.