

Analisis Strategi *Multihoming* pada Platform *Ride-hailing* dengan Metode *Case Study Research* (CSR)

Melatie Raghyl Putri*, Arif Wibisono

Department of Information Systems, Faculty of Intelligent Electrical and Informatics Technology, Sepuluh Nopember Institute of Technology

Abstract

This study analyzes multihoming strategies adopted by ride-hailing drivers, particularly motorcycle taxi drivers, as a form of adaptation to the increasingly complex dynamics of the industry. Multihoming refers to the practice of using more than one ride-hailing platform, either simultaneously or alternately, to maximize opportunities for obtaining passengers. Employing a Case Study Research (CSR) design with a qualitative approach, the study collected data through semi-structured interviews with 16 motorcycle taxi drivers in Surabaya who had actively used at least two platforms within the past six months. Data analysis was conducted using open coding to identify patterns of adaptive actions undertaken by drivers. The study identifies four types of multihoming strategies, which are mapped into a two-dimensional typology based on Decision Orientation and Platform Usage: Opportunistic Chaser, Strategic Multitasker, Adaptive Switcher, and Strategic Planner. These strategies evolve over both the short and long term and play a role in maintaining income stability rather than directly increasing earnings.

Keywords: Ride-hailing, Multihoming, Motorcycle Taxi, Driver Strategies, Platform Competition

Abstrak

Penelitian ini menganalisis strategi *multihoming* yang diterapkan oleh pengemudi platform *ride-hailing*, khususnya taksi motor, sebagai bentuk adaptasi terhadap dinamika industri yang semakin kompleks. *Multihoming* merujuk pada praktik penggunaan lebih dari satu platform *ride-hailing*, baik secara bersamaan maupun bergantian, untuk memaksimalkan peluang mendapatkan penumpang. Menggunakan metode *Case Study Research* (CSR) dengan pendekatan kualitatif, penelitian ini mengumpulkan data melalui wawancara semi-terstruktur terhadap 16 pengemudi taksi motor di Surabaya yang aktif menggunakan minimal dua platform dalam enam bulan terakhir. Analisis data dilakukan menggunakan teknik *open coding* untuk mengidentifikasi pola tindakan adaptif yang dilakukan pengemudi. Penelitian ini menghasilkan empat tipe strategi *multihoming* yang dipetakan ke dalam tipologi dua dimensi yaitu *Decision Orientation* dan *Platform Usage* yaitu: *Opportunistic Chaser*, *Strategic Multitasker*, *Adaptive Switcher*, dan *Strategic Planner*. Strategi ini berkembang dalam jangka pendek dan panjang, serta berperan dalam menjaga kestabilan pendapatan dibandingkan meningkatkan penghasilan secara langsung.

Kata kunci: *Ride-hailing*, *Multihoming*, Taksi Motor, Strategi Pengemudi, Persaingan Platform

*Corresponding Author

Email address: melatierp@gmail.com (Melatie Raghyl Putri)
<https://doi.org/10.24089/j.sisfo.2025.08.004>

© 2025 Jurnal SISFO.

Histori Artikel: Disubmit 29-07-2025; Direvisi 16-09-2025; Diterima 08-11-2025; Tersedia online 30-11-2025

1. Pendahuluan

Platform *ride-hailing* telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan masyarakat, khususnya di kota-kota besar [1]. Dalam satu dekade terakhir, kehadiran platform seperti Grab, Gojek, Maxim, dan InDrive telah merevolusi sektor transportasi dengan menawarkan alternatif yang lebih fleksibel dan efisien dibandingkan moda konvensional [2], [3]. Tidak hanya mendukung perjalanan sehari-hari, *ride-hailing* juga membuka peluang ekonomi baru, baik sebagai sumber penghasilan utama maupun tambahan [4]. Sebagai bagian dari *sharing economy*, platform ini memanfaatkan teknologi digital untuk menghubungkan pengemudi dan penumpang [5], [6].

Di balik berkembangnya peluang ekonomi tersebut, pengemudi menghadapi berbagai tantangan dalam mempertahankan stabilitas pendapatan [7]. Tingginya tingkat persaingan antar pengemudi, fluktuasi permintaan yang tidak dapat diprediksi, serta ketergantungan pada sistem algoritma yang mengatur distribusi order menciptakan ketidakpastian pendapatan yang signifikan [8]–[11]. Perubahan kebijakan insentif yang sering terjadi secara sepihak oleh platform memperburuk situasi, sehingga pengemudi kesulitan jika hanya mengandalkan satu aplikasi saja [12]. Kompleksitas industri *ride-hailing* ini menuntut pengemudi untuk mengembangkan strategi adaptif.

Salah satu strategi adaptif yang umum digunakan adalah praktik *multihoming*. Praktik ini merujuk pada penggunaan lebih dari satu aplikasi, baik secara bersamaan maupun bergantian, sebagai upaya untuk mempertahankan jumlah order [13], [14]. Fenomena ini tidak hanya muncul dalam industri *ride-hailing*, namun juga merupakan karakteristik umum dari ekosistem *sharing economy*. Misalnya pada industri akomodasi dan pencarian kerja, pengguna cenderung memanfaatkan multipel platform untuk memperbesar peluang memperoleh hasil yang diinginkan. Dalam perspektif teoritis, *multihoming* dapat dipandang sebagai bentuk *workarounds*, yaitu tindakan improvisasi atau adaptasi yang dilakukan individu untuk menghadapi ketidakpastian serta mencapai tujuan kerja tertentu [15], [16].

Sejumlah penelitian telah membahas praktik *multihoming* dalam konteks industri *ride-hailing* dengan berbagai pendekatan. Guo et al. membahas mengenai perilaku *multihoming* dan *switching* pengemudi dengan fokus pada pengukuran biaya atau hambatan yang dirasakan [13]. Penelitian lain oleh Loginova et al. mengembangkan model teoritis untuk memahami bagaimana *multihoming* di kedua sisi pasar dapat mempengaruhi efisiensi dan kesejahteraan dalam industri *ride-sharing* [14]. Sementara itu, Duggan et al. menyoroti konsep *algorithmic HRM control* dalam ekonomi gig, dengan menunjukkan bagaimana algoritma aplikasi mengatur alokasi tugas, kinerja, dan perilaku pekerja secara kaku dan kompleks, sehingga menimbulkan tantangan signifikan bagi kesejahteraan pekerja [11].

Telah banyak penelitian yang mengeksplorasi dampak ekonomis dan teoritis *multihoming*, namun belum ada penelitian yang secara spesifik menganalisis bagaimana pengemudi *ride-hailing* mengelola multipel platform dalam operasional sehari-hari. *Gap* penelitian terletak pada pemahaman yang masih terbatas mengenai variasi strategi pengelolaan platform. Strategi ini dapat berupa penentuan prioritas platform berdasarkan jarak, waktu tempuh, maupun peluang insentif yang didapatkan [17], [18]. Kondisi ini menunjukkan tantangan yang lebih kompleks, di mana pengemudi taksi motor hanya mampu mengambil satu pesanan dalam satu waktu, namun tetap menggunakan beberapa platform. Oleh karena itu, pengemudi harus secara aktif menyesuaikan penggunaan platform dengan kondisi lapangan untuk menghindari konflik permintaan antar platform. Pemahaman mendalam terhadap strategi *multihoming* menjadi krusial, karena dapat membantu pengembangan *framework* yang sistematis untuk mengkategorisasi pola-pola strategis dalam implementasi *multihoming*.

Penelitian ini akan menganalisis praktik *multihoming* yang dilakukan oleh mitra pengemudi platform *ride-hailing* khususnya taksi motor. Tujuan utama penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi strategi *multihoming* pengemudi *ride-hailing* sebagai respons terhadap dinamika industri yang terus berubah. Melalui identifikasi dan analisis mendalam terhadap strategi-strategi tersebut, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran komprehensif tentang praktik *multihoming* dalam industri *ride-hailing*.

2. Tinjauan Pustaka

Penelitian ini menggunakan beberapa landasan teori yang relevan dengan tujuan penelitian, yaitu *Ride-hailing Services*, *Multihoming*, *Workarounds*, *Case Study Research (CSR)*, dan Tipologi.

2.1 Ride-hailing Services

Layanan *Ride-hailing* merupakan salah satu implementasi dari *sharing economy* yang berkembang untuk memberikan kemudahan dalam aktivitas perjalanan masyarakat [1], [4]. Menurut Chalermpong et al. (2023), *ride-hailing* adalah layanan yang menggunakan aplikasi *online* untuk menghubungkan penumpang dengan pengemudi sesuai permintaan (*on-demand*) dari berbagai titik asal ke berbagai tujuan. Layanan ini menawarkan berbagai keunggulan, seperti waktu tunggu yang cukup singkat, kemudahan dalam pemesanan dan pembayaran, transparansi tarif, dan sistem *real-time* [4]. Seperti *sharing economy*, layanan *ride-hailing* memiliki beberapa komponen yang saling terintegrasi, yaitu pengemudi (*drivers*), penumpang (*riders*), dan perusahaan penyedia layanan *ride-hailing* (TNC) [4], [19]. Proses bisnis *ride-hailing* terjadi ketika penumpang memesan perjalanan, kemudian aplikasi akan mencari pengemudi terdekat, pengemudi yang ditugaskan dan menerima perjalanan dapat dengan cepat menuju lokasi penjemputan yang telah ditentukan [20], [21]. Ketika pengemudi telah sampai tujuan, maka pengemudi akan mengkonfirmasi bahwa perjalanan telah berakhir dan tarif perjalanan akan langsung masuk ke akun pengemudi [22].

2.2 Workarounds

Workarounds adalah proses adaptif yang terjadi dalam lingkungan sistem terpusat [23]. Umumnya praktik *workarounds* tidak mengubah identitas keseluruhan, tujuan, dan arsitektur tingkat tinggi dari sistem tersebut [24]. Konsep ini mengacu pada tindakan improvisasi atau adaptasi yang dilakukan untuk menyelesaikan tugas atau mencapai tujuan kerja dengan lebih efektif [15], [16]. Dalam konteks industri *ride-hailing*, praktik ini menjadi fenomena umum bagi para pengemudi. Mereka mengimplementasikan berbagai strategi adaptif untuk mengatasi hambatan operasional yang timbul akibat dinamika industri *ride-hailing*. Hambatan tersebut seperti tingginya tingkat persaingan antar pengemudi, fluktuasi permintaan yang tidak dapat diprediksi, serta ketergantungan pada algoritma platform yang tidak transparan [8][9][10][11]. Kondisi ini menciptakan ketidakpastian pendapatan, sehingga pengemudi mengembangkan strategi *workarounds* sebagai mekanisme untuk menjaga stabilitas penghasilan .

2.2.1 Multihoming

Multihoming adalah kondisi ketika pengguna layanan memutuskan untuk bergabung dan menggunakan beberapa platform secara bersamaan atau bergantian [25]. Dalam konteks *ride-hailing*, *multihoming* terjadi ketika seorang pengemudi atau penumpang menggunakan lebih dari satu platform untuk memaksimalkan peluang dalam mencapai tujuan masing-masing [13]. Praktik ini merupakan bentuk kebebasan pengemudi sebagai mitra untuk bermitra dengan lebih dari satu platform. Hal ini sejalan dengan prinsip anti-monopoli dan persaingan usaha yang sehat, sebagaimana diatur dalam UU No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM yang mendorong terciptanya lingkungan usaha yang adil [26]. *Multihoming* merupakan salah satu bentuk dari *workarounds*, didukung dengan pernyataan bahwa *workarounds* adalah tindakan improvisasi atau adaptasi yang bertujuan untuk menyelesaikan tugas atau mencapai tujuan kerja tertentu [15], [27]. Praktik ini mencerminkan upaya pengguna untuk mengatasi keterbatasan sistem dengan menggunakan beberapa

platform secara bersamaan atau bergantian, sehingga mengkompensasi kekurangan fungsional yang mungkin ada pada satu platform tunggal [25]. Sebagai mitra, pengemudi memiliki kebebasan untuk memilih dan bermitra dengan platform manapun tanpa batasan eksklusivitas [26].

2.3 Case Study Research (CSR)

Dalam *Building Theories from Case Study Research*, Eisenhardt memberikan panduan untuk melakukan penelitian berbasis studi kasus dengan metode *Case Study Research (CSR)* [28]. Studi kasus adalah jenis penelitian yang berfokus pada pemahaman fenomena kontekstual, terutama pada bidang yang masih baru. Strategi *multihoming* dalam industri *ride-hailing* termasuk fenomena yang kompleks dan relatif baru, sehingga diperlukan pemahaman mendalam mengenai bagaimana serta mengapa pengemudi mengadopsi strategi tersebut. CSR dipilih karena mampu menyediakan kerangka sistematis untuk membangun *grounded theory* berdasarkan pengalaman empiris pengemudi. Selain itu, metode ini juga memperkuat validitas penelitian melalui triangulasi data dari berbagai narasumber, sehingga peneliti dapat menangkap kompleksitas perilaku adaptif pengemudi dalam melakukan *multihoming*. Eisenhardt mengusulkan delapan langkah untuk melakukan penelitian studi kasus, yaitu:

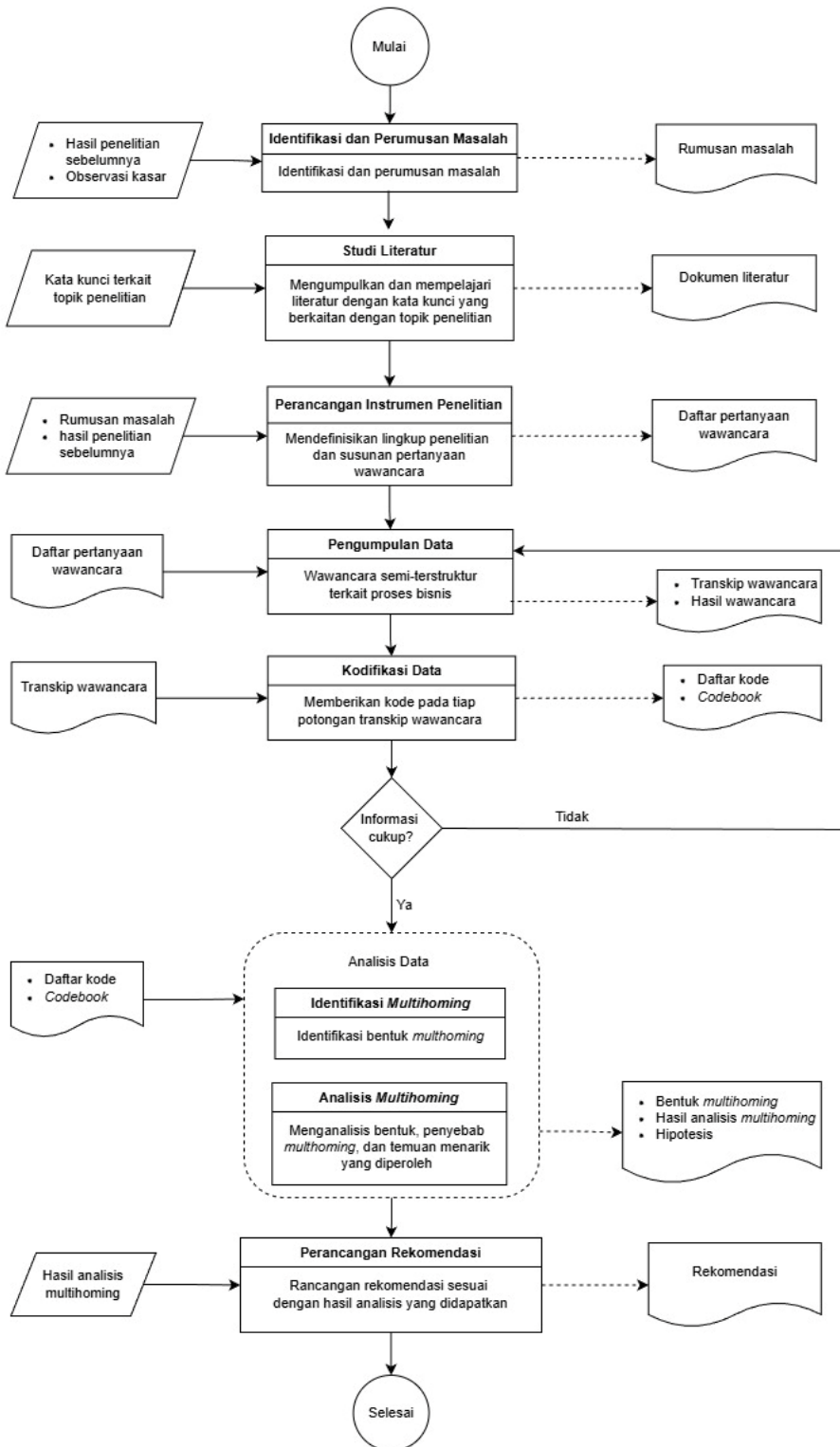
- 1) Memulai penelitian
- 2) Memilih kasus
- 3) Membuat instrumen dan protokol
- 4) Memasuki lapangan
- 5) Menganalisis data
- 6) Membuat hipotesis
- 7) Menyusun kesimpulan
- 8) Penutup

2.4 Tipologi

Tipologi merupakan sistem klasifikasi yang digunakan untuk mengelompokkan objek, fenomena, atau konsep berdasarkan karakteristik tertentu yang dimilikinya [29]. Istilah tipologi dan taksonomi sering digunakan secara bergantian karena keduanya memiliki fungsi yang serupa. Dalam penelitian ini, tipologi digunakan sebagai kerangka untuk mengklasifikasikan strategi *multihoming* yang diterapkan oleh pengemudi. Melalui pengelompokan tersebut, peneliti dapat mengidentifikasi dimensi atau karakteristik utama dari strategi yang ditemukan, sehingga memungkinkan analisis yang lebih mendalam dan terarah. Nickerson et al. menyatakan bahwa untuk dianggap berkualitas, sebuah tipologi harus memenuhi beberapa sifat fundamental yaitu ringkas (*concise*), kuat (*robust*), komprehensif (*comprehensive*), dapat diperluas (*extendible*), dan eksplanatori (*explanatory*) [29].

3. Metodologi

Penelitian ini berbasis studi kasus dengan objek penelitian taksi motor di Kota Surabaya yang menggunakan platform *ride-hailing* untuk operasionalnya. Peneliti akan meneliti mengenai proses bisnis yang dilakukan oleh pengemudi taksi motor dalam objek penelitian dan mengidentifikasi bagaimana cara mereka dalam melakukan *multihoming*. Adapun gambar *flowchart* alur pengerjaan penelitian ini yang ditunjukkan pada Gambar 1.



Gambar 1 Diagram Metodologi Penelitian

3.1 Identifikasi dan Perumusan Masalah

Langkah pertama dalam penelitian ini adalah mengidentifikasi dan merumuskan masalah. Permasalahan dalam penelitian ini diidentifikasi melalui pengamatan mendalam terhadap berbagai fenomena yang terjadi pada pengemudi layanan *ride-hailing*. Proses identifikasi diperkuat dengan peningkatan pemahaman melalui studi literatur terkait dengan topik penelitian ini. Hasil dari tahapan ini adalah rumusan masalah yang jelas dan terukur, yang akan menjadi dasar untuk tahapan penelitian selanjutnya.

3.2 Studi Literatur

Studi literatur merupakan sebuah pendekatan akademis yang bertujuan untuk menganalisis karya sastra yang berfungsi untuk meningkatkan kompetensi penulis [30]. Studi literatur dilaksanakan dengan mengkaji berbagai sumber referensi ilmiah yang relevan dengan tema penelitian. Pencarian literatur difokuskan menggunakan beberapa kata kunci, seperti *workarounds*, *ride-hailing*, *multihoming*, taksi motor, *open coding*, serta kata kunci terkait lainnya yang masih memiliki relevansi dengan keempat istilah tersebut. Proses studi literatur ini bertujuan untuk membangun pemahaman yang komprehensif mengenai tema penelitian, serta pendekatan metodologis yang akan diaplikasikan dalam kajian lebih lanjut.

3.3 Penyusunan Instrumen Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pengumpulan data menggunakan metode wawancara kepada narasumber. Studi kasus dari penelitian ini adalah *multihoming* yang dilakukan oleh pengemudi pada layanan *ride-hailing*, khususnya taksi motor. Oleh karena itu, narasumber dari penelitian ini adalah mitra pengemudi taksi motor di level operasional yang pernah dan/atau masih menggunakan lebih dari satu aplikasi *ride-hailing* dalam mendapatkan order. Unit analisis dari penelitian ini adalah *multihoming* atau tindakan adaptasi yang dilakukan oleh mitra pengemudi untuk memenuhi target pribadi mereka. Desain penelitian untuk perancangan instrumen penelitian ini ditunjukkan dalam Tabel 1.

Tabel 1. Desain Penelitian

No.	Komponen	Nilai
1.	Organisasi	Organisasi penyedia layanan <i>ride-hailing</i> taksi motor
2.	<i>Unit of Analysis</i>	<i>Multihoming</i>
3.	Metode Pengumpulan Data	Wawancara semi-terstruktur

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara semi-terstruktur. Wawancara semi-terstruktur adalah metode yang memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi fenomena kompleks dengan fleksibilitas yang terkontrol. Hal ini sejalan dengan rekomendasi Eisenhardt untuk penelitian kualitatif. Wawancara ini menggunakan panduan pertanyaan, namun tetap memberikan fleksibilitas bagi peneliti untuk mengeksplorasi pertanyaan baru sesuai jawaban narasumber. Panduan pertanyaan yang disusun bersifat terbuka, sehingga memberikan ruang bagi narasumber untuk mengekspresikan pengalaman dan pandangan mereka secara bebas. Wawancara berfokus pada proses bisnis yang dilakukan oleh narasumber setiap hari. Tujuannya untuk mengidentifikasi dan menganalisis strategi *multihoming* yang diterapkan oleh mitra pengemudi.

Tabel 2 menunjukkan daftar pertanyaan wawancara yang akan digunakan sebagai pedoman dalam melakukan wawancara. Dengan adanya daftar pertanyaan ini, wawancara akan berjalan lebih terarah sesuai dengan topik yang akan dibahas. Namun peneliti tetap memiliki fleksibilitas dalam mengajukan pertanyaan, peneliti bisa mengajukan pertanyaan tambahan agar lebih memahami detail jawaban dari narasumber.

Tabel 3. Daftar Pertanyaan Wawancara

No.	Pertanyaan	Tujuan
1.	Sudah berapa lama anda bekerja sebagai <i>driver</i> ojek <i>online</i> ?	Mendapatkan gambaran terkait berapa lama pengalaman kerja narasumber sebagai pengemudi taksi motor.
2.	Saat ini aplikasi apa saja yang anda gunakan untuk menerima order?	Mengetahui platform <i>ride-hailing</i> apa saja yang sedang atau pernah digunakan oleh narasumber.
3.	Sudah berapa lama anda menggunakan aplikasi tersebut?	Mengetahui durasi penggunaan aplikasi yang dimiliki oleh narasumber.
4.	Bagaimana cara anda mengatur penggunaan aplikasi yang anda miliki?	Mengetahui pola operasional dan efisiensi narasumber dalam mengoptimalkan penggunaan beberapa platform.
5.	Kenapa anda menggunakan cara itu untuk mengelola aplikasi yang anda miliki?	Mengetahui alasan narasumber dalam memilih strategi yang digunakan.
6.	Biasanya apa yang membuat anda berpindah dari satu aplikasi ke aplikasi yang lain?	Mengetahui alasan perpindahan penggunaan aplikasi yang dilakukan oleh narasumber.
7.	Aplikasi mana yang lebih sering anda gunakan?	Mengetahui apakah ada dominasi dari salah satu aplikasi yang digunakan oleh narasumber.
8.	Setelah menambah aplikasi, apakah pendapatan anda meningkat?	Mengetahui apakah <i>multihoming</i> berdampak pada pendapatan yang diperoleh.
9.	Apakah menjadi <i>driver</i> ojek <i>online</i> merupakan pekerjaan utama anda?	Mengetahui tingkat ketergantungan ekonomi narasumber terhadap platform <i>ride-hailing</i> .
10.	Kenapa anda lebih memilih menambah aplikasi daripada mencari pekerjaan diluar ojek <i>online</i> ?	Mengetahui alasan pemilihan <i>multihoming</i> daripada diversifikasi pekerjaan.

3.4 Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan wawancara semi terstruktur, untuk memahami perilaku pengemudi platform *ride-hailing* dalam mengelola berbagai aplikasi yang mereka gunakan. Narasumber dalam penelitian ini adalah mitra pengemudi ojek online, dengan kriteria utama yaitu mereka yang secara aktif atau pernah menggunakan minimal dua platform *ride-hailing* dalam enam bulan terakhir, untuk memastikan bahwa mereka memiliki pengalaman nyata dalam melakukan *multihoming*. Tidak ada batasan usia maupun gender dalam pemilihan narasumber, sehingga mereka dapat berasal dari berbagai latar belakang demografis. Dalam penelitian kualitatif, jumlah narasumber bukan satu-satunya tolok ukur nilai evaluasi [31]. Oleh karena itu, wawancara dianggap cukup apabila telah mencapai saturasi data, yaitu kondisi di mana informasi baru tidak lagi memberikan wawasan, tema, atau isu yang signifikan, dan hanya menghasilkan sedikit atau tidak ada perubahan terhadap *codebook* [32]. Penelitian ini melibatkan 16 narasumber, jumlah ini dinilai telah mencukupi karena sejak wawancara ke-12 informasi yang diperoleh cenderung berulang dan tidak memberikan wawasan baru yang signifikan.

Wawancara dilakukan berdasarkan panduan pertanyaan dan direkam atas persetujuan narasumber untuk kemudian ditranskrip dan dianalisis melalui proses pengkodean. Dalam pengumpulan data ditemukan bahwa para pengemudi menggunakan beberapa platform *ride-hailing* seperti Grab, Gojek, InDriver, dan Maxim, dengan rentang pengalaman kerja mulai dari 1 tahun hingga 9 tahun pada masing-masing platform. Hal ini memberikan gambaran mendalam mengenai praktik *multihoming* yang dijalankan oleh pengemudi dalam operasional harian mereka, serta menjadi dasar penting dalam memahami strategi yang diterapkan untuk mengoptimalkan penggunaan beberapa aplikasi sekaligus.

3.5 Kodifikasi Data

Data yang telah dikumpulkan melalui wawancara semi terstruktur akan ditranskrip untuk kemudian dianalisis. Transkrip wawancara ini akan menjadi sumber utama dalam proses analisis data. Analisis ini bertujuan untuk menemukan strategi yang digunakan oleh pengemudi dalam mengelola berbagai aplikasi yang digunakan, termasuk kapan dan bagaimana mereka mengaktifkan, memprioritaskan, atau berpindah dari satu aplikasi ke aplikasi lain.

Proses kodifikasi data akan dilakukan dengan menggunakan pendekatan *Open coding*. Hasil kodifikasi kemudian akan menjadi dasar untuk analisis lebih lanjut dalam mengembangkan pemahaman yang lebih mendalam mengenai dinamika *multihoming*. Kodifikasi ini memungkinkan data yang awalnya bersifat naratif dan tidak terstruktur menjadi dasar untuk menyusun insight analitis yang sistematis dan relevan terhadap tujuan penelitian. Hasil kodifikasi dari penelitian ini dapat dilihat pada tautan tekan.id/KodifikasiStrategiMultihoming.

3.6 Analisis Data

Hasil kodifikasi data kemudian dianalisis secara mendalam dengan fokus untuk memahami cara pengemudi dalam mengelola berbagai aplikasi yang mereka gunakan. Strategi pengelolaan ini selanjutnya dipetakan ke dalam bentuk tipologi untuk menyederhanakan temuan dan mengelompokkan perilaku pengemudi berdasarkan karakteristik tertentu. Berdasarkan metode pengembangan t006 lksonomi yang dikembangkan oleh Nickerson et al. (2013), proses pembentukan tipologi dalam penelitian ini dilakukan melalui dua iterasi yang sistematis. Iterasi pertama menggunakan pendekatan *empirical to conceptual* dengan menghasilkan dua dimensi awal, yaitu *Platform Orientation (High vs. Low Commitment)* dan *Activation Management (Planned vs. Reactive)*. Namun, dimensi ini dinilai kurang tepat karena tidak merepresentasikan variasi strategi secara akurat, terutama karena loyalitas pengemudi bersifat situasional dan pengelolaan aplikasi sulit diklasifikasikan secara konsisten.

Mengingat keterbatasan tipologi pertama, peneliti melakukan iterasi kedua untuk merekonseptualisasi dimensi berdasarkan pemahaman yang lebih mendalam terhadap data. Berdasarkan analisis ulang terhadap enam kategori *third-order*, teridentifikasi dua dimensi baru yang lebih mewakili variasi strategi yang ditemukan, yaitu dimensi *Platform Usage* dan *Decision Orientation*. Kombinasi kedua dimensi ini menghasilkan empat kategori strategi *multihoming*, yaitu *Strategic Planner*, *Adaptive Switcher*, *Strategic Multitasker*, dan *Opportunistic Chaser*. Tipologi ini dinilai lebih representatif karena bersifat ringkas, kuat, komprehensif, dapat diperluas, serta mampu menjelaskan perbedaan strategis secara lebih jelas dan mendalam dalam praktik *multihoming* pengemudi *ride-hailing*.

3.7 Penyusunan Rekomendasi

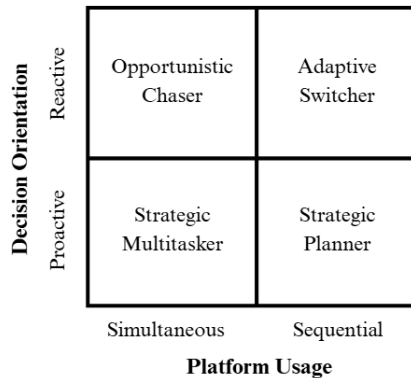
Laporan penelitian akan disusun secara berkala seiring dengan perkembangan penelitian. Tujuan dari adanya laporan ini adalah untuk mendokumentasikan pelaksanaan dan hasil penelitian.

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Tipologi Strategi Pengemudi Ride-hailing dalam Praktik Multihoming

Berdasarkan hasil analisis data, diperoleh tipologi strategi *multihoming* yang dipetakan dalam dua dimensi yaitu *Decision Orientation* dan *Platform Usage*, sebagaimana ditampilkan pada Gambar 2. Pemilihan dimensi ini didasarkan pada hasil analisis terhadap enam pola pengelolaan aplikasi yang diperoleh dari *open coding*, yaitu Manajemen aplikasi berbasis waktu, Manajemen aplikasi berbasis kondisi, Manajemen aplikasi responsif, Manajemen aplikasi berbasis prioritas, Manajemen aplikasi simultan, dan Manajemen

aplikasi cadangan. Dimensi *Platform Usage* membedakan antara pengemudi yang menggunakan platform secara bersamaan (*simultaneous*) dengan pengemudi yang menggunakan platform secara bergantian sesuai waktu atau kondisi tertentu (*sequential*). Sementara itu, dimensi *Decision Orientation* membagi pengemudi menjadi dua tipe berdasarkan cara pengambilan keputusan. Tipe pertama adalah pengemudi reaktif (*reactive*) yang mengambil keputusan secara spontan berdasarkan situasi di lapangan,. Tipe kedua adalah pengemudi proaktif (*proactive*) yang bertindak berdasarkan rencana dan strategi yang telah disusun sebelumnya.



Gambar 2 Tipologi Strategi *Multihoming*

Berdasarkan kombinasi kedua dimensi tersebut, diperoleh empat kategori strategi *multihoming* dengan penamaan yang mencerminkan karakteristik masing-masing. *Strategic Planner* merujuk pada pengemudi yang merancang penggunaan platform secara bergantian berdasarkan jadwal terencana. *Opportunistic Chaser* menggambarkan pengemudi yang reaktif dan mengaktifkan semua platform sekaligus, lalu mengambil order pertama yang masuk. *Adaptive Switcher* menunjukkan pengemudi yang fleksibel dan berpindah platform berdasarkan kondisi lapangan secara *real-time*. Sementara itu, *Strategic Multitasker* adalah pengemudi yang menggunakan beberapa platform secara bersamaan dengan perencanaan dan prioritas yang terstruktur.

4.2 Analisis Bentuk Tipologi Strategi *Multihoming* Pengemudi

Pembahasan berikut akan menjelaskan mengenai terbentuknya tipologi yang teridentifikasi dari hasil pengelompokan strategi *multihoming* yang dilakukan oleh pengemudi berdasarkan karakteristik atau ciri khas yang dimiliki.

4.2.1 *Opportunistic Chaser*

Opportunistic Chaser merupakan tipe pengemudi yang menjalankan strategi *multihoming* dengan karakteristik *Reactive* dan *Simultaneous*. Pengemudi dalam kategori ini cenderung mengaktifkan seluruh platform yang mereka miliki secara bersamaan, tanpa menunjukkan preferensi atau prioritas terhadap salah satu platform. Prinsip utama yang mereka gunakan adalah “siapa yang duluan memberi order, itu yang diambil”. Sehingga pengambilan keputusan dalam menerima order bersifat situasional dan tidak didasarkan pada perencanaan atau strategi jangka panjang. Hal ini terlihat dalam kutipan berikut.

“....Jadi kalau pertama mau narik gitu ya, **semua aplikasi tuh nyala. Siapa yang dapet duluan atau siapa yang nerima order duluan, yang lainnya dimatikan.** Jadi nyelesaikan satu, terus abis itu udah selesai, baru dinyalain lagi semuanya. Jadi jatuhnya kayak ngejar bola lah kita itu.....” (A7.1)

“Biasanya nyalain dua-duanya, tapi kalau yang satu udah dapet order, yang satunya saya matiin dulu. Nggak bisa ambil dua-duanya sekaligus soalnya.” (A14.1)

Keunggulan strategi ini terletak pada fleksibilitas tinggi dan kemampuan adaptasi cepat terhadap dinamika pasar. Ketika salah satu platform mengalami penurunan permintaan, platform lain dapat segera mengisi kekosongan tersebut, sehingga menjaga stabilitas pendapatan dan operasional. Strategi ini juga meningkatkan ketahanan terhadap perubahan kebijakan platform, karena pengemudi tidak bergantung pada satu penyedia layanan. Meskipun strategi ini menuntut kemampuan berpindah antar aplikasi dengan cepat dan pengelolaan aplikasi ganda, pengemudi tetap menganggapnya sepadan dengan potensi peningkatan volume order yang lebih besar.

4.2.2 *Strategic Multitasker*

Strategic Multitasker merupakan tipe pengemudi yang menerapkan strategi *multihoming* dengan karakteristik *Proactive* dan *Simultaneous*. Mereka cenderung mengaktifkan beberapa platform secara bersamaan, namun tetap memiliki satu platform sebagai prioritas utama. Sementara itu, platform lainnya berfungsi sebagai cadangan strategis. Keputusan dalam menerima pesanan tidak didasarkan pada urutan masuknya permintaan, tetapi pada preferensi platform yang telah ditentukan sebelumnya. Pendekatan ini terlihat dalam kutipan berikut.

“Indrive buat cadangan aja. Kalau Gojek lagi sepi, baru nyalain Indrive” (A10.2) - Adanya preferensi yang jelas

“Kalau sekarang fokus Gojek” (A10.3) - Menunjukkan adanya prioritas

“Lebih dominan di Grab untuk memperbaiki akunya...” (A15.3) - Menandakan orientasi jangka panjang terhadap performa akun

“...Kalau Indrive nggak perlu diperbaiki akun biarpun kita nggak jalan beberapa minggu... kita konsisten lima hari aja jalan, full Indrive, balik lagi rating kita lima. Beda sama Grab...” (A15.3) - Menunjukkan pemahaman mendalam tentang sistem algoritma dan skema insentif setiap platform

Strategi ini menunjukkan pendekatan yang terstruktur melalui perencanaan pengelolaan akun dan fokus pada keberlanjutan performa platform utama. Pengemudi dalam kategori ini memahami pentingnya menjaga performa akun untuk keuntungan jangka panjang, seperti bonus, insentif, dan prioritas algoritma pesanan. Sebagai bentuk antisipasi terhadap penurunan permintaan di platform utama, mereka mengaktifkan platform cadangan sebagai alternatif operasional. Dengan pemahaman yang mendalam terhadap karakteristik masing-masing platform, mereka mampu menyusun strategi yang adaptif namun terarah, menghindari ketergantungan pada satu aplikasi dan memaksimalkan manfaat dari platform utama.

4.2.3 *Adaptive Switcher*

Adaptive Switcher merupakan tipe pengemudi yang menerapkan strategi *multihoming* dengan karakteristik *Reactive* dan *Sequential*. Tipe ini berfokus pada satu platform dalam periode tertentu, namun tetap fleksibel untuk berpindah ke platform lain sesuai dengan kondisi pasar secara *real-time*. Oleh karena itu, perpindahan platform dilakukan secara responsif berdasarkan hasil evaluasi situasi di lapangan. Fleksibilitas strategi ini memungkinkan pengemudi beradaptasi dengan cepat terhadap fluktuasi permintaan, serta memaksimalkan peluang yang tersedia di setiap platform. Pengemudi dalam kategori ini menunjukkan tingkat kepekaan yang tinggi terhadap perubahan pasar. Hal ini terlihat dalam kutipan berikut.

“Cara ngaturnya yang pertama sih lihat situasi dan kondisi dulu. **Kalau sekiranya yang ramai Grab, saya nyalain Grab. Tapi kalau Indrivenya saya nyalain, pasti Grabnya saya matiin dulu**” (A6.3)

“...**Tapi kalau Gojek rame, ya saya matiin Indrive. Kalau Gojek sepi, saya langsung geser ke Indrive. Jadi memang fleksibel...**” (A11.2)

Adaptive Switcher menawarkan keunggulan dalam efisiensi pengelolaan sumber daya serta kemampuan beradaptasi terhadap kondisi lapangan. Meskipun demikian, mereka tetap mampu memanfaatkan peluang dari berbagai platform melalui kemampuan berpindah secara cepat dan tepat waktu. Strategi ini efektif bagi pengemudi yang memiliki kepekaan terhadap dinamika pasar dan mampu mengambil keputusan dengan cepat, sehingga memungkinkan mereka untuk terus memilih platform yang paling menguntungkan tanpa harus terikat pada satu platform tertentu.

4.2.4 *Strategic Planner*

Strategic Planner merupakan tipe pengemudi yang menerapkan strategi *multihoming* dengan karakteristik *Proactive* dan *Sequential*. Mereka memiliki jadwal penggunaan platform yang terstruktur berdasarkan alokasi waktu yang telah direncanakan. Pengemudi dalam kategori ini cenderung menunjukkan komitmen jangka panjang terhadap satu platform utama yang dianggap paling menguntungkan. Hal ini terjadi karena konsistensi penggunaan dianggap dapat meningkatkan performa akun, termasuk peringkat pengguna dan peluang memperoleh pesanan prioritas. Untuk menjaga performa akun, pengemudi juga menjalankan langkah-langkah perawatan secara rutin, seperti menjaga rasio penerimaan pesanan atau menghindari penalti akibat ketidakaktifan. Praktik ini menunjukkan pemahaman yang mendalam mengenai sistem kerja platform. Strategi ini tercermin dalam kutipan berikut.

“**Eh pagi jam 5 sampai jam 9 Gojek mbak. Iya kan jam 9 itu kan sepi-sepinya, enggak ada penumpang maksudnya itu sudah mulai aktivitas lah. Ya berarti itu sudah itu Mbak, apa namanya eh mulai lanjut di Indrive**” (A1.1)

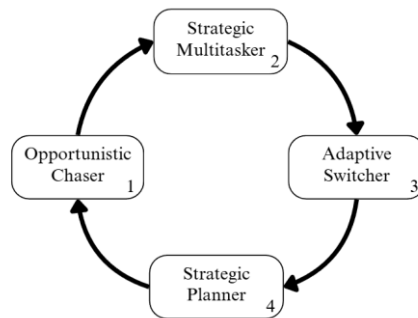
“**Iya kalau Grabnya pagi sampai malam, kalau sorenya cuman jalan Indrive. Cuman ngambil satu atau dua orderan aja.**” (A4.1)

Meskipun strategi ini memiliki pendekatan yang terstruktur, pengemudi dalam kategori *Strategic Planner* tetap menghadapi sejumlah tantangan. Ketergantungan tinggi pada satu platform menyebabkan mereka rentan terhadap penurunan volume pesanan atau perubahan algoritma pada platform tersebut. Dalam situasi tersebut, pengemudi berisiko kehilangan peluang pesanan potensial karena kurang fleksibel untuk beralih ke platform alternatif di luar jadwal yang telah ditentukan. Oleh karena itu, keberhasilan strategi ini lebih diukur dari stabilitas pendapatan jangka panjang dan peningkatan level akun di platform utama, bukan sekadar jumlah pesanan harian.

4.3 *Hubungan antara Kuadran dalam Tipologi Strategi Multihoming*

Para pengemudi telah mengembangkan berbagai strategi adaptasi *multihoming* untuk menghadapi dinamika industri *ride-hailing* yang semakin kompleks. Hasil analisis menunjukkan bahwa pengemudi tidak hanya mengandalkan satu jenis strategi, melainkan mengembangkan dua lapis strategi berdasarkan dimensi waktu, yaitu strategi jangka panjang dan strategi jangka pendek. Strategi jangka panjang menggambarkan evolusi strategi pengemudi seiring bertambahnya pengalaman, dari tahap pemula hingga menjadi lebih terstruktur. Sementara itu, strategi jangka pendek menggambarkan penyesuaian cepat yang dilakukan pengemudi sebagai respons terhadap perubahan situasi di lapangan. Strategi jangka pendek ini bisa disebut juga sebagai *switching* harian, karena pergantian platform dilakukan dengan fleksibel dalam satu hari berdasarkan kondisi

lapangan. Hal ini menunjukkan bahwa pembagian strategi *multihoming* ke dalam kuadran tidak bersifat kaku atau tetap. Siklus evolusi penggunaan strategi oleh pengemudi dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Siklus Evolusi Strategi *Multihoming* Pengemudi *Ride-hailing*

Dalam konteks strategi jangka panjang, evolusi dimulai dari tahap *Opportunistic Chaser*. Pada tahap ini, pengemudi pemula cenderung bersikap reaktif dan belum menunjukkan preferensi terhadap platform tertentu. Seiring bertambahnya pengalaman, mereka beralih menjadi *Strategic Multitasker*, yang tetap menggunakan beberapa platform namun dengan pendekatan lebih terstruktur. Tahap berikutnya adalah *Adaptive Switcher*, yang menunjukkan kemampuan menyesuaikan strategi secara fleksibel berdasarkan kondisi lapangan. Hingga akhirnya pengemudi mencapai tahap *Strategic Planner*, yaitu strategi paling matang yang melibatkan perencanaan jangka panjang dan pemahaman mendalam terhadap karakteristik tiap platform.

Selain strategi jangka panjang, hasil analisis juga menunjukkan adanya strategi jangka pendek berupa *switching* harian. Strategi ini memungkinkan pengemudi untuk mengadopsi strategi lain sebagai respons terhadap situasi tidak terduga di lapangan. Sebagai contoh, seorang pengemudi yang biasanya menjalankan pola *Strategic Multitasker* dapat beralih sementara menjadi *Opportunistic Chaser* saat beroperasi di luar wilayah kerjanya. Transisi strategi ini dipengaruhi oleh pengalaman, kebijakan platform, tekanan ekonomi, dan target pendapatan harian. Dengan demikian, strategi *multihoming* bersifat fleksibel dan adaptif, mencerminkan kemampuan pengemudi dalam membaca situasi dan melakukan optimasi pendapatan secara *real-time* berdasarkan kondisi yang sedang dihadapi.

4.4 Penemuan

Berdasarkan beberapa bentuk strategi *multihoming* yang teridentifikasi, maka dapat dipetakan persamaan dan perbedaan strategi *multihoming* yang dilakukan oleh mitra pengemudi yang menggunakan strategi *Opportunistic Chaser*, *Strategic Multitasker*, *Adaptive Switcher*, dan *Strategic Planner*.

4.4.1 Persamaan

Secara fundamental strategi *multihoming* yang diterapkan oleh mitra pengemudi memiliki tujuan yang sama, yaitu menjaga stabilitas pendapatan melalui penggunaan beberapa platform. Walaupun bentuk strateginya bervariasi, namun tetap berorientasi pada optimalisasi pendapatan. Strategi ini muncul sebagai respons adaptif terhadap kompleksitas dinamika industri *ride-hailing*. Di mana persaingan antar pengemudi semakin ketat, namun tidak diimbangi dengan peningkatan volume pesanan. Meskipun pola penggunaan platform menunjukkan kesamaan, namun strategi yang mereka terapkan terbentuk melalui pengalaman langsung di lapangan. Hasil penelitian menunjukkan adanya preferensi platform yang konsisten di kalangan mitra

pengemudi, dengan Grab atau Gojek sebagai platform utama, sementara InDrive atau Maxim sebagai platform cadangan.

4.4.2 Perbedaan

Perbedaan mendasar keempat strategi *multihoming* terletak pada pendekatan operasional dan orientasi pengambilan keputusan. *Strategic Planner* dan *Strategic Multitasker* mengadopsi karakteristik proaktif dengan perencanaan yang sistematis, tetapi berbeda dalam penerapannya. *Strategic Planner* menerapkan pola *sequential* dengan alokasi waktu terstruktur dan komitmen tinggi terhadap satu platform utama. Sementara itu, *Strategic Multitasker* menggunakan pendekatan *simultaneous* namun tetap memprioritaskan satu platform sebagai fokus utama. Sebaliknya, *Opportunistic Chaser* dan *Adaptive Switcher* menunjukkan karakteristik reaktif yang responsif terhadap kondisi lapangan. *Opportunistic Chaser* menerapkan strategi *simultaneous* tanpa preferensi platform tertentu. Sementara *Adaptive Switcher* menggunakan pendekatan *sequential* dengan fokus pada satu platform dalam periode tertentu, namun tetap fleksibel untuk berpindah berdasarkan evaluasi situasi di lapangan.

Strategi ini juga memiliki perbedaan dalam tingkat komitmen dan manajemen risiko. Tipe *Strategic Planner* menunjukkan komitmen jangka panjang dengan fokus menjaga stabilitas pendapatan dan peningkatan performa. Namun, strategi ini membawa risiko ketergantungan yang tinggi pada platform utama. Tipe *Strategic Multitasker* mengoptimalkan keseimbangan antara fokus dan fleksibilitas dengan memahami karakteristik algoritma setiap platform. Hal ini dilakukan untuk mengantisipasi penurunan permintaan. Tipe *Opportunistic Chaser* berorientasi pada pencapaian volume permintaan setinggi mungkin, walaupun hal ini mengurangi efisiensi pengelolaan platform. Tipe *Adaptive Switcher* mengoptimalkan efisiensi sumber daya melalui kemampuan adaptasi cepat terhadap perubahan pasar, sehingga tidak terikat pada platform tertentu.

4.4. Penemuan Menarik

Dalam proses pengumpulan data, ditemukan bahwa seluruh responden memiliki satu platform prioritas, yaitu antara Grab atau Gojek. Kedua platform tersebut diprioritaskan karena memiliki basis pengguna yang besar dan sistem algoritma berbasis performa. Pengemudi yang mempertahankan performa tinggi akan memperoleh lebih banyak pesanan. Sementara mereka dengan performa rendah, memperoleh sedikit pesanan karena ketidakkonsistennya. Untuk mengantisipasi hal tersebut, banyak pengemudi menggunakan InDrive sebagai aplikasi cadangan karena sistemnya tidak bergantung pada jam kerja dan tidak menghukum ketidakkonsistenan, serta memungkinkan negosiasi harga langsung dengan penumpang.

Temuan lainnya menunjukkan bahwa strategi *multihoming* tidak secara langsung meningkatkan pendapatan harian, melainkan digunakan untuk menjaga kestabilan pendapatan dengan mengurangi waktu tunggu orderan. Kapasitas pengemudi yang terbatas dalam melayani orderan satu per satu membuat penambahan platform lebih berfungsi sebagai mitigasi risiko jika terjadi penurunan orderan pada platform utama. Namun, di tengah peningkatan jumlah pengemudi dan regulasi algoritma yang menuntut loyalitas, strategi ini menjadi kurang efektif dan dapat berdampak negatif pada performa akun. Meski demikian, pengemudi tetap mempertahankan strategi *multihoming* sebagai bentuk adaptasi terhadap ketidakpastian dan fluktuasi pasar.

4.5 Rekomendasi

Rekomendasi ini ditujukan kepada penyedia layanan *ride-hailing*, khususnya Manajer Unit Driver Management, agar lebih responsif terhadap pola adaptasi pengemudi di lapangan. Hasil analisis menunjukkan bahwa meskipun pengemudi tersebut tergolong loyal (*Strategic Planner*), namun tetap mempertahankan platform cadangan agar dapat beralih platform ketika kondisi tidak mendukung. Oleh

karena itu, manajemen perlu merancang strategi retensi yang lebih spesifik dan disesuaikan dengan karakteristik strategi masing-masing pengemudi. Dalam konteks ini, pemetaan terhadap strategi *multihoming* dapat dimanfaatkan sebagai alat deteksi dini terhadap potensi keretakan hubungan antara platform dan pengemudi, sehingga memungkinkan perusahaan untuk mengambil langkah preventif dalam meningkatkan loyalitas pengemudi. Selain itu, divisi juga dapat membangun ketergantungan pengemudi terhadap platform dengan menyediakan integritas layanan seperti pembiayaan, asuransi, atau kredit kendaraan. Dengan cara ini, pengemudi akan berpikir dua kali untuk pindah ke platform lain karena adanya tanggungan atau keuntungan yang hanya bisa didapat jika tetap menggunakan platform tersebut.

5. Kesimpulan

Bab ini mencakup dua sub-bab yang akan memberikan kesimpulan dari penelitian tugas ini dan saran terkait penelitian selanjutnya berdasarkan hasil penelitian yang didapat

5.1 Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan mengklasifikasikan strategi *multihoming* dalam kegiatan operasional pengemudi *ride-hailing* khususnya taksi motor. Dengan menggunakan metode *open coding*, penelitian ini berhasil menemukan empat strategi *multihoming* yang digunakan oleh pengemudi dalam kegiatan operasionalnya. Strategi ini dipetakan ke dalam tipologi dua dimensi, yaitu dimensi *platform usage* dan *decision orientation*. Dimensi *Platform Usage* membedakan antara penggunaan platform secara bersamaan dan penggunaan secara bergantian. Sedangkan, dimensi *Decision Orientation* membagi pengemudi berdasarkan cara mereka mengambil keputusan, reaktif atau proaktif. Tipologi ini mencakup empat kategori, yaitu *Opportunistic Chaser*, *Strategic Multitasker*, *Adaptive Switcher*, dan *Strategic Planner*. Masing-masing kategori memiliki ciri khas yang mencerminkan cara pengemudi mengelola aplikasi dan merespons kondisi operasional di lapangan. Tipologi ini tidak hanya menggambarkan keragaman strategi yang digunakan oleh pengemudi, tetapi juga memberikan pemahaman yang lebih dalam mengenai dinamika pengambilan keputusan dan adaptasi mereka terhadap perubahan situasi di industri *ride-hailing*.

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa strategi *multihoming* yang diterapkan oleh pengemudi tidak bersifat kaku atau tunggal, melainkan berkembang secara dinamis dalam dua kerangka waktu, yaitu strategi jangka panjang dan strategi jangka pendek. Strategi jangka panjang menggambarkan evolusi bertahap dari pengemudi pemula yang cenderung bersikap oportunistik menuju pola yang lebih sistematis dan terencana. Sementara itu, strategi jangka pendek atau *switching* harian menggambarkan respons cepat pengemudi dalam menghadapi situasi tidak terduga yang terjadi di lapangan. Meskipun sebagian besar pengemudi menunjukkan kecenderungan terhadap satu strategi utama, mereka tetap menunjukkan fleksibilitas untuk menyesuaikan dengan kondisi lapangan. Praktik *multihoming* dalam konteks ini bukan sekadar tindakan teknis, melainkan representasi dari proses belajar dan adaptasi strategis yang terus berkembang mengikuti konteks operasional dan preferensi personal masing-masing pengemudi.

5.2 Saran

Berdasarkan batasan yang ada serta temuan menarik dari penelitian ini, disarankan agar penelitian selanjutnya berfokus pada evaluasi terhadap dampak nyata dari strategi *multihoming* terhadap pendapatan pengemudi. Meskipun *multihoming* selama ini diasumsikan sebagai strategi untuk meningkatkan penghasilan, hasil penemuan menarik justru menunjukkan bahwa praktik tersebut tidak selalu berbanding lurus dengan kenaikan pendapatan. Oleh karena itu, penelitian mendatang dapat mengkaji secara lebih mendalam apakah *multihoming* benar-benar memberikan keuntungan ekonomi bagi pengemudi atau justru menimbulkan beban tambahan dari segi waktu, tenaga, dan efisiensi operasional. Selain itu, penelitian selanjutnya juga dapat menggunakan pendekatan kuantitatif atau metode campuran untuk mengukur secara

empiris perbedaan pendapatan antara pengemudi yang melakukan *multihoming* dan yang tidak, serta faktor-faktor yang memoderasi hubungan tersebut. Dengan memahami lebih lanjut hubungan antara strategi *multihoming*, performa akun, dan pendapatan aktual yang diperoleh, diharapkan penyedia layanan *ride-hailing* dapat mengembangkan kebijakan yang lebih realistis dalam merespons pola perilaku pengemudi di lapangan. Penelitian ini juga dapat memberikan kontribusi terhadap diskursus tentang efektivitas *multihoming* dalam ekonomi platform serta membuka ruang bagi inovasi strategi operasional yang lebih berkelanjutan dan berkeadilan bagi mitra pengemudi.

6. Daftar Rujukan

- [1] Y. Liu, R. Jia, J. Ye, and X. Qu, "How machine learning informs ride-hailing services: A survey," *Commun. Transp. Res.*, vol. 2, no. May, p. 100075, 2022.
- [2] S. Chalermpong *et al.*, "Ride-hailing applications in Southeast Asia: A literature review," *Int. J. Sustain. Transp.*, vol. 17, no. 3, pp. 298–318, 2023.
- [3] R. D. Ayu, "Mengenal Industri Ride Hailing Beserta Daftar Perusahaannya di Indonesia," *Tempo*, 2023. [Online]. Available: <https://www.tempo.co/ekonomi/mengenal-industri-ride-hailing-beserta-daftar-perusahaannya-di-indonesia-820561>.
- [4] A. Fielbaum and A. Tirachini, "The sharing economy and the job market: the case of ride-hailing drivers in Chile," *Transportation (Amst.)*, vol. 48, no. 5, pp. 2235–2261, 2021.
- [5] J. B. Schor and S. P. Vallas, "The Sharing Economy: Rhetoric and Reality," *Annu. Rev. Sociol.*, vol. 47, no. July, pp. 369–389, 2021.
- [6] S. T. Jin, H. Kong, R. Wu, and D. Z. Sui, "Ridesourcing, the sharing economy, and the future of cities," *Cities*, vol. 76, no. October 2017, pp. 96–104, 2018.
- [7] X. Chen, S. Bai, Y. Wei, and H. Jiang, "How income satisfaction impacts driver engagement dynamics in ride-hailing services," *Transp. Res. Part C Emerg. Technol.*, vol. 157, no. November, 2023.
- [8] S. J. Hong, J. M. Bauer, K. Lee, and N. F. Granados, "Drivers of Supplier Participation in Ride-Hailing Platforms," *J. Manag. Inf. Syst.*, vol. 37, no. 3, pp. 602–630, 2020.
- [9] E. Bokányi and A. Hannák, "Understanding Inequalities in Ride-Hailing Services Through Simulations," *Sci. Rep.*, vol. 10, no. 1, pp. 1–11, 2020.
- [10] Z. Sun, Q. Xu, and B. Shi, "Dynamic Pricing of Ride-Hailing Platforms considering ServiceQuality and Supply Capacity under Demand Fluctuation." p. 26, 2020.
- [11] J. Duggan, R. Carbery, A. McDonnell, and U. Sherman, "Algorithmic HRM control in the gig economy The app-worker perspective." Wiley Periodicals LLC, pp. 883–899, 2023.
- [12] F. D. A. Alauddin, A. Aman, M. F. Ghazali, and S. Daud, "The influence of digital platforms on gig workers: A systematic literature review," *Heliyon*, vol. 11, no. 1, 2025.
- [13] X. Guo, A. Haupt, H. Wang, R. Qadri, and J. Zhao, "Understanding multi-homing and switching by platform drivers," *Transp. Res. Part C Emerg. Technol.*, vol. 154, no. July, p. 104233, 2023.
- [14] O. Loginova, X. H. Wang, and Q. Liu, "The impact of multi-homing in a ride-sharing market," *Ann. Reg. Sci.*, vol. 69, no. 1, pp. 239–254, 2022.
- [15] T. Ejneffäll and P. J. Ågerfalk, "Conceptualizing workarounds: Meanings and manifestations in information systems research," *Commun. Assoc. Inf. Syst.*, vol. 45, no. 1, pp. 340–363, 2019.
- [16] N. Outmazgin and P. Soffer, "Business process workarounds: What can and cannot be detected by process mining," *Lect. Notes Bus. Inf. Process.*, vol. 147 LNBIP, no. January, pp. 48–62, 2013.
- [17] A. Ahmadinejad, H. Nazerzadeh, A. Saberi, N. Skochdopole, and K. Sweeney, "Competition in Ride-Hailing Markets," *SSRN Electron. J.*, pp. 1–30, 2019.
- [18] S. Naumov and D. Keith, "Optimizing the economic and environmental benefits of ride-hailing and pooling," *Prod. Oper. Manag.*, vol. 32, no. 3, pp. 904–929, 2023.
- [19] M. Elnadi and M. H. Gheith, "What makes consumers reuse ride-hailing services? An investigation of Egyptian consumers' attitudes towards ride-hailing apps," *Travel Behav. Soc.*, vol. 29, no. January, pp. 78–94, 2022.
- [20] D. Q. Nguyen-Phuoc, N. S. Vo, D. N. Su, V. H. Nguyen, and O. Oviedo-Trespalcacios, "What makes passengers continue using and talking positively about ride-hailing services? The role of the booking app and post-booking service quality," *Transp. Res. Part A Policy Pract.*, vol. 150, no. July, pp. 367–384, 2021.
- [21] S. Sikder, "Who Uses Ride-Hailing Services in the United States?," *Transp. Res. Rec.*, vol. 2673, no. 12, pp. 40–54, 2019.
- [22] A. Pham *et al.*, "PrivateRide: A Privacy-Preserving and Secure Ride-Hailing Service," *PoPETs*, 2017.
- [23] A. Wibisono, D. Sammon, and C. Heavin, "Opening the workaround black box: an organisational routines perspective," *J. Decis. Syst.*, vol. 31, no. S1, pp. 270–281, 2022.
- [24] S. Alter, "Theory of Workarounds," *Commun. Assoc. Inf. Syst.*, vol. 34, no. 55, pp. 1–30, 2014.
- [25] J. Xie, W. Zhu, L. Wei, and L. Liang, "Platform competition with partial multi-homing: When both same-side and cross-side network effects exist," *Int. J. Prod. Econ.*, vol. 233, no. December 2020, 2021.
- [26] O. Halilintarsyah, "Ojek Online, Pekerja atau Mitra?," *J. Persaingan Usaha*, vol. 2, no. September, pp. 64–74, 2021.
- [27] N. Outmazgin, P. Soffer, and I. Hadar, *Workarounds in Business Processes: A Goal-Based Analysis*. Springer International Publishing, 2020.
- [28] K. M. Eisenhardt, "Building theories from case study research," *Acad. Manag. Rev.*, vol. 14, no. 4, pp. 532–550, 1989.

- [29] R. C. Nickerson, U. Varshney, and J. Muntermann, “A method for taxonomy development and its application in information systems,” *Eur. J. Inf. Syst.*, vol. 22, no. 3, pp. 336–359, 2013.
- [30] K. M. Hunter, R. Charon, and J. L. Coulehan, “The Study of Literature in Medical Education,” *J. Assoc. Am. Med. Coll.*, pp. 787–794, 1995.
- [31] A. K. Hagaman and A. Wutich, “How Many Interviews Are Enough to Identify Metathemes in Multisited and Cross-cultural Research? Another Perspective on Guest, Bunce, and Johnson’s (2006) Landmark Study,” *Field methods*, vol. 29, no. 1, pp. 23–41, 2017.
- [32] G. Guest, A. Bunce, and L. Johnson, “How Many Interviews Are Enough?: An Experiment with Data Saturation and Variability,” vol. 18, no. 1, pp. 59–82, 2006.