

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
BAB I.....	1
PENGANTAR MENGENAI STUDI KRITIS TERHADAP EKONOMI PLATFORM DI INDONESIA.....	1
I.1 Latar Belakang Masalah	1
I.2 Rumusan Masalah.....	2
I.3 Tinjauan Literatur	3
I.3.1 Ekonomi Platform dan Logika Kapitalisme.....	3
I.3.2 Taktik Platform Digital: Efek Jaringan dan Penetapan Harga	6
I.3.3 Platform Digital, Modal Ventura dan Finansialisasi.....	8
I.3.4 Isu Konglomerasi Platform Digital dan Konsentrasi Pasar.....	10
I.4 Kerangka Konseptual	12
I.5 Argumentasi Utama	17
I.6 Metode Penelitian.....	17
I.7 Sistematika Penulisan	18
BAB II	20
LANSKAP EKONOMI PLATFORM DI INDONESIA: E-COMMERCE DAN TRANSPORTASI DARING.....	20
II.1 Ekonomi Internet Global dan Gejala Konglomerasi.....	20
II.2 Inovasi Ekonomi Platform: E-commerce dan Ride Hailing	25
II.3 Lanskap Ekonomi Platform Dalam Negeri	27
II.3.1 E-commerce	27
II.3.2 Ride-Hailing.....	31
II.4 Perusahaan Rintisan Platform dan <i>Venture Capital</i>	33
BAB III.....	38

KONGLOMERASI PLATFORM DIGITAL DI INDONESIA	38
III.1 Prolog: Kontekstualisasi Konsep Konglomerasi Platform Digital .	38
III.2 Konglomerat Platform Digital di Indonesia	40
III.2.1 Kasus GoTo: Dari Platform ke “Korporasi Raksasa”	40
III.2.2 Lengan Bisnis Bukalapak Melalui “Mitra”	45
III.2.3 Cengkeraman Blibli pada Sektor Perdagangan.....	50
III.3 Pertarungan Platform Digital	53
III.3.1 Berebut Sektor Strategis.....	53
III.3.2 Aksi Merger dan Akuisisi	61
III.4 Finansialisasi: Kapital Sebagai Keunggulan Kompetitif.....	68
III.5 Isu Persaingan Usaha, Dataopoli, dan Hambatan Regulasi.....	78
BAB IV	83
KUASA PLATFORM DIGITAL DI INDONESIA: TATA KELOLA DAN IMPLIKASI EKONOMI-POLITIK	83
IV.1 Manajemen Algoritmik Sebagai Kuasa Platform	84
IV.1.1 Algoritma Eksploitatif Gojek: Posisi Ojol yang Rentan	84
IV.1.2 Intervensi Platform E-commerce Lewat Algoritma Rekomendasi ...	88
IV.2 Platformisasi Kerja: Pengaturan Harga dan Akumulasi Nilai.....	96
IV.2.1 Taktik Gojek Monetisasi Kerja Prekariat Ojek Online	96
IV.2.2 Monetisasi E-commerce: Penetapan Tarif Bagi Pedagang dan Pembeli.....	102
IV.3 Tantangan Bisnis Platform Digital	109
IV.3.1 Exit Strategy Platform Digital: Siklus yang Pasti dan Penentuan Nasib Bisnis	109
IV.3.2 Isu Platform “Bakar Uang” dan Perkara Profitabilitas	114
BAB V	121
RISALAH KRITIS SOAL SISI LAIN DIGITALISASI: KONGLOMERASI DAN KUASA PLATFORM	121
DAFTAR PUSTAKA	128