

**Algorithmic Pressure pada Pelaku UMKM:  
Analisis Ketergantungan terhadap Platform Digital dalam Ekonomi Berbasis Platform**

<sup>1</sup>Siti Nardiyah Muhrami, <sup>2</sup>Asriyani Amrullah, <sup>3</sup>Agung Muliaman Anas,  
<sup>4</sup>Mildayanti, <sup>5</sup>Sudarmi

<sup>1, 2, 3, 4, 5</sup> Universitas Negeri Makassar, Sulawesi Selatan, Indonesia

<sup>1</sup> sitinardiyah@unm.ac.id; <sup>2</sup> asriyani.amrullah@unm.ac.id; <sup>3</sup> agung.muliaman@unm.ac.id;  
<sup>4</sup> mildayanti@unm.ac.id; <sup>5</sup> sudarmi@unm.ac.id

**Abstract**

*The rapid expansion of the platform economy has reshaped how micro, small, and medium enterprises (MSMEs) operate within digital markets. This study examines how algorithmic systems influence MSME behavior and dependency in platform-based environments. Adopting a qualitative multiple-case design, data were collected from 12 MSME informants across diverse business categories and platform contexts. The data were analyzed using thematic analysis and the Gioia methodology to identify key patterns. The findings reveal that MSMEs are subject to continuous algorithmic pressure, manifested through four interrelated mechanisms: visibility pressure, performance pressure, promotional pressure, and algorithmic uncertainty. These pressures compel MSMEs to engage in adaptive compliance, aligning their strategies with platform-defined metrics and rules. Over time, such repeated adaptations generate increasing dependency on platforms, particularly in terms of customer access, traffic generation, and revenue streams. This study contributes to the literature by extending algorithmic management beyond labor contexts to market-based actors and by introducing algorithmic pressure as a mechanism of platform governance. It further reconceptualizes dependency as a dynamic outcome constructed through ongoing interactions with algorithmic systems. The findings offer important implications for MSMEs, platform governance, and digital economy regulation.*

**Keywords:** Algorithmic Pressure; Platform Economy; MSMEs; Platform Dependency; Algorithmic Management

**Abstrak**

Ekspansi ekonomi platform telah mengubah cara usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) beroperasi dalam pasar digital. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana sistem algoritmik memengaruhi perilaku dan ketergantungan UMKM dalam lingkungan berbasis platform. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif multi-kasus dengan melibatkan 12 informan UMKM dari berbagai kategori usaha dan platform digital. Analisis data dilakukan menggunakan analisis tematik dan pendekatan Gioia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM menghadapi tekanan algoritmik yang berkelanjutan melalui empat mekanisme utama, yaitu tekanan visibilitas, tekanan kinerja, tekanan promosi, dan ketidakpastian algoritma. Tekanan ini mendorong munculnya kepatuhan adaptif, di mana UMKM menyesuaikan strategi bisnis mereka sesuai dengan logika dan metrik platform. Dalam jangka panjang, proses ini menghasilkan peningkatan ketergantungan terhadap platform, khususnya dalam hal akses pelanggan, lalu lintas, dan pendapatan. Penelitian ini berkontribusi dengan memperluas konsep manajemen algoritmik ke ranah pelaku usaha serta memperkenalkan tekanan algoritmik sebagai mekanisme tata kelola platform. Selain itu, penelitian ini merekonstruksi ketergantungan sebagai fenomena dinamis yang dibentuk melalui interaksi berkelanjutan dengan sistem algoritmik.

**Kata Kunci:** Tekanan Algoritmik; Ekonomi Platform; UMKM; Ketergantungan Platform; Manajemen Algoritmik.

## PENDAHULUAN

Ekspansi pesat ekonomi platform telah secara fundamental mengubah cara usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) berpartisipasi dalam pasar digital. Platform digital seperti pasar e-commerce dan ekosistem perdagangan sosial tidak lagi sekadar perantara; mereka telah berevolusi menjadi struktur tata kelola yang kompleks yang mengatur transaksi, visibilitas, dan persaingan melalui mekanisme berbasis data. Dalam konteks ini, algoritma telah menjadi infrastruktur utama yang melaluinya koordinasi, kontrol, dan ekstraksi nilai dieksekusi dalam skala besar. Seperti yang dicatat dalam studi sebelumnya, manajemen algoritmik memungkinkan platform untuk mengotomatiskan proses pengambilan keputusan yang secara tradisional dilakukan oleh manajer manusia, termasuk pemeringkatan, penetapan harga, pemantauan, dan evaluasi kinerja (Benlian et al., 2022).

Transformasi ini memiliki implikasi signifikan bagi para pelaku yang beroperasi dalam ekosistem platform. Literatur yang ada menyoroti bahwa interaksi berbasis platform ditandai oleh hubungan kekuasaan asimetris, di mana pemilik platform menjalankan kendali atas pengguna dan penyedia melalui sistem algoritmik yang buram (Stark & Pais, 2021). Sistem ini menerjemahkan perilaku pengguna seperti peringkat, ulasan, dan keterlibatan, menjadi metrik kalkulatif yang membentuk visibilitas dan hasil ekonomi. Akibatnya, partisipasi dalam pasar platform tidak lagi diatur semata-mata oleh mekanisme pasar, tetapi semakin diatur oleh aturan yang dimediasi secara algoritmik yang sulit untuk diinterpretasikan dan diperdebatkan.

Sejumlah penelitian yang berkembang tentang ekonomi gig telah menunjukkan bahwa manajemen algoritmik memperkenalkan peningkatan efisiensi dan "sisi gelap" yang signifikan, termasuk hilangnya otonomi, peningkatan tekanan kinerja, dan bias algoritmik (Zhu et al., 2024). Melalui mekanisme seperti pencocokan algoritmik, pemeringkatan, dan sistem insentif, platform terus mengoptimalkan kinerja sambil secara bersamaan memberlakukan batasan perilaku pada peserta. Namun, terlepas dari kemajuan ini, sebagian besar studi telah berfokus terutama pada pekerja gig dan platform tenaga kerja, sehingga kategori peserta platform lainnya khususnya UMKM, relatif kurang dieksplorasi.

Kesenjangan ini secara teoritis signifikan. Tidak seperti pekerja gig, UMKM bukan hanya penyedia tenaga kerja tetapi aktor ekonomi independen yang membawa modal, produk, dan merek mereka sendiri ke dalam ekosistem platform. Namun, mereka beroperasi dalam lingkungan yang diatur secara algoritmik yang sama, di mana visibilitas, akses pelanggan, dan pembangkitan pendapatan sangat bergantung pada metrik yang dikendalikan platform. Bukti yang muncul menunjukkan bahwa dinamika platform dapat menciptakan bentuk-bentuk keterikatan dan ketergantungan, karena para pelaku semakin bergantung pada infrastruktur platform yang membatasi kemampuan mereka untuk keluar atau melakukan diversifikasi (Stark & Pais, 2021). Meskipun demikian, mekanisme di mana sistem algoritmik menghasilkan dan memperkuat ketergantungan tersebut di antara UMKM masih belum cukup ter teorikan.

Lebih lanjut, literatur tentang tata kelola platform telah menekankan peran data dan algoritma dalam membentuk kontrol organisasi di pasar negara berkembang, seringkali menyoroti masalah ketidaktransparan, akuntabilitas, dan kesenjangan regulasi (Octavia, 2022). Namun, diskusi ini jarang meluas ke implikasi strategis dan operasional bagi UMKM yang menavigasi lingkungan platform setiap hari. Akibatnya, pemahaman tentang bagaimana tekanan algoritmik bermanifestasi dalam konteks kewirausahaan, bagaimana pengaruhnya terhadap pengambilan keputusan bisnis, dan bagaimana kontribusinya terhadap ketergantungan struktural pada platform digital masih terbatas.

Untuk mengatasi kesenjangan ini, studi ini memperkenalkan konsep tekanan algoritmik untuk menjelaskan bagaimana sistem algoritmik yang digerakkan oleh platform memberikan tuntutan terus-menerus kepada UMKM untuk menyesuaikan perilaku mereka sebagai respons terhadap metrik visibilitas, indikator kinerja, dan mekanisme promosi. Dengan berlandaskan pada persimpangan manajemen algoritmik dan perspektif ketergantungan, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana tekanan tersebut membentuk ketergantungan UMKM pada platform digital dalam konteks ekonomi platform yang lebih luas.

Secara spesifik, studi ini berupaya menjawab pertanyaan penelitian berikut:

- (1) Bagaimana tekanan algoritmik bermanifestasi dalam operasi harian UMKM di platform digital?

- (2) Dengan cara apa tekanan algoritmik menciptakan dan memperkuat ketergantungan pada ekosistem platform?
- (3) Bagaimana UMKM secara strategis merespons kendala yang digerakkan oleh algoritma?

Dengan berfokus pada UMKM sebagai kategori aktor platform yang berbeda, studi ini berkontribusi pada literatur dalam tiga cara. Pertama, studi ini memperluas konsep manajemen algoritmik di luar pekerjaan lepas ke ranah usaha kecil dan kewirausahaan. Kedua, hal ini mengembangkan pemahaman yang lebih mendalam tentang ketergantungan sebagai hasil dari interaksi yang dimediasi secara algoritmik, bukan semata-mata sebagai kondisi ekonomi atau struktural. Ketiga, hal ini memberikan wawasan empiris tentang bagaimana UMKM menavigasi dan menegosiasikan lingkungan algoritmik dalam ekonomi berbasis platform, khususnya dalam konteks pasar negara berkembang.

## **METODE PENELITIAN**

Studi ini mengadopsi desain penelitian kualitatif yang berlandaskan perspektif epistemologi interpretatif untuk meneliti bagaimana UMKM mengalami dan menanggapi tekanan algoritmik dalam lingkungan berbasis platform. Pendekatan interpretatif sangat tepat mengingat tekanan algoritmik tidak dapat diamati secara langsung sebagai fenomena objektif, melainkan dibangun melalui persepsi, interpretasi, dan pengalaman hidup pengguna platform (Orlikowski & Barley, 2001; Walsham, 2006). Dalam hal ini, algoritma dikonseptualisasikan bukan hanya sebagai artefak teknis tetapi sebagai sistem sosio-teknis yang pengaruhnya muncul melalui interaksi berkelanjutan dengan aktor manusia (Kellogg et al., 2020; Orlikowski & Barley, 2001).

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif multi-kasus, yang memungkinkan generalisasi analitis di berbagai konteks UMKM sambil mempertahankan kedalaman dan kekayaan kasus individual (Eisenhardt & Graebner, 2007; Yin, 2018). Pengaturan empiris berfokus pada UMKM yang beroperasi dalam ekosistem platform digital utama, khususnya platform e-commerce dan social commerce seperti Shopee, Tokopedia, dan TikTok Shop. Platform-platform ini dipilih karena ketergantungannya yang luas pada sistem algoritmik untuk mengatur visibilitas, kinerja, dan persaingan, serta adopsinya yang luas di kalangan UMKM di pasar negara berkembang (Kenney & Zysman, 2016). Strategi pengambilan sampel bertujuan digunakan untuk mengidentifikasi kasus-kasus yang kaya informasi (Aspers & Corte, 2021), dengan kriteria seleksi termasuk UMKM yang telah aktif beroperasi di platform digital setidaknya selama satu tahun, secara teratur terlibat dengan fitur platform seperti promosi dan dasbor analitik, dan mewakili variasi dalam ukuran bisnis, kategori produk, dan tingkat kinerja.

Data terutama dikumpulkan melalui wawancara mendalam semi-terstruktur dengan pemilik atau manajer UMKM yang terlibat langsung dalam operasional platform. Wawancara mencakup topik-topik utama seperti pengalaman dengan algoritma platform (peringkat dan visibilitas), persepsi tentang metrik kinerja (peringkat, ulasan, dan waktu respons), partisipasi dalam kampanye promosi, dan respons strategis terhadap perubahan algoritma. Setiap wawancara berlangsung antara 45 dan 90 menit dan dilakukan secara tatap muka atau melalui platform komunikasi daring. Semua wawancara direkam dengan persetujuan peserta dan ditranskripsikan secara verbatim untuk memastikan keakuratan data. Untuk melengkapi data wawancara dan meningkatkan pemahaman kontekstual, materi tambahan juga dikumpulkan, termasuk dasbor platform, dokumentasi kampanye promosi, dan kebijakan platform, yang memberikan wawasan tentang struktur formal tata kelola algoritma (Gillespie, 2018).

Data dianalisis menggunakan pendekatan analisis tematik, mengikuti proses pengkodean iteratif dan sistematis (Braun & Clarke, 2006; Gioia et al., 2013). Analisis berlangsung melalui pengkodean terbuka, pengkodean aksial, dan pengembangan dimensi agregat, yang memungkinkan identifikasi tema-tema utama yang terkait dengan tekanan algoritmik dan konsekuensinya. Untuk meningkatkan transparansi analitis, studi ini menggunakan pendekatan visualisasi berlapis, menggabungkan struktur data Gioia dengan model konseptual berbasis proses untuk menangkap pengkodean induktif dan hubungan dinamis antar konstruk.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Dataset empiris terdiri dari 12 informan UMKM yang dipilih dari berbagai kategori bisnis, jenis platform, dan tingkat keterlibatan digital. Variasi ini memungkinkan studi untuk menangkap pengalaman heterogen tentang tekanan algoritmik dalam lingkungan berbasis platform.

**Tabel 1. Matriks Struktur Data**

Konsep Orde Pertama (Berpusat pada informan)	Tema Orde Kedua	Dimensi Agregat
“Harus ikut campaign biar muncul”	Tekanan Promosi	Tekanan Algoritma
“Kalau gak diskon, traffic turun”	Tekanan Promosi	Tekanan Algoritma
“Rating turun langsung sepi”	Tekanan Kinerja	Tekanan Algoritma
“Produk tiba-tiba hilang dari pencarian”	Tekanan Visibilitas	Tekanan Algoritma
“Algoritma sering berubah”	Ketidakpastian Algoritma	Tekanan Algoritma
“Kita ikut saja maunya platform”	Kepatuhan Adaptif	Adaptasi Perilaku
“Kalau keluar, gak punya pembeli”	Ketergantungan yang Muncul	Ketergantungan Platform

### Tekanan Visibilitas: Bersaing untuk Pengakuan Algoritma

Tema dominan yang muncul dari data adalah pentingnya visibilitas sebagai bentuk kontrol algoritmik. UMKM secara konsisten melaporkan bahwa kemampuan mereka untuk menghasilkan penjualan sangat bergantung pada bagaimana algoritma platform memposisikan produk mereka dalam hasil pencarian dan rekomendasi.

- Beberapa peserta menekankan bahwa jarak pandang tidak stabil tetapi sangat fluktuatif: “Kadang produk saya bisa di halaman pertama, tapi besoknya hilang entah ke mana. Padahal gak ada perubahan apa-apa.” (I1)
- Ketidakstabilan ini menciptakan kondisi di mana UMKM harus terus-menerus mengoptimalkan daftar produk atau jasa mereka, seringkali tanpa panduan yang jelas: “Kita seperti main tebak-tebakan sama algoritma. Gak pernah tahu pasti apa yang bikin naik.” (I4)

Akibatnya, visibilitas menjadi sebuah sumber daya yang langka dan dikendalikan secara algoritmik, alih-alih hasil pasar yang netral.

### Tekanan Kinerja: Metrik sebagai Instrumen Pengendalian

Selain masalah visibilitas, UMKM menghadapi tekanan yang besar dari metrik kinerja yang tertanam dalam sistem platform. Peringkat, ulasan, dan waktu respons tidak hanya dianggap sebagai mekanisme umpan balik, tetapi juga sebagai penentu kelangsungan hidup.

“Rating turun dari 4.9 ke 4.7 saja langsung terasa penjualannya drop.” (I9)

Para peserta menggambarkan kebutuhan konstan untuk mempertahankan metrik yang hampir sempurna:

“Kita harus fast response terus, kalau telat sedikit bisa kena penalti algoritma.” (I5)

Kondisi ini menciptakan suatu bentuk pengawasan terus-menerus, di mana UMKM merasa dipantau dan dievaluasi setiap saat, sejalan dengan pola manajemen algoritmik yang diamati di platform ketenagakerjaan.

### Tekanan Promosi: Biaya Tersembunyi dari Partisipasi

Dimensi penting lainnya adalah tekanan untuk berpartisipasi dalam kampanye promosi yang didorong oleh platform. Meskipun kampanye ini menjanjikan peningkatan eksposur, seringkali kampanye tersebut mensyaratkan pengurangan harga yang signifikan.

“Kalau gak ikut campaign, produk kita gak akan muncul. Tapi kalau ikut, margin kita habis.” (I3)  
Banyak UMKM menggambarkan hal ini sebagai “pilihan yang terpaksa”:

“Seperti dipaksa untuk terus-menerus memberikan diskon agar tetap bertahan di platform ini.” (I8)

Seiring waktu, hal ini menyebabkan normalisasi persaingan berbasis diskon, mengurangi otonomi strategis dalam pengambilan keputusan penetapan harga.

### **Ketidakpastian Algoritma: Menavigasi Sistem yang Buram**

Salah satu kekhawatiran yang berulang di antara para peserta adalah ketidaktransparan algoritma platform. UMKM sering melaporkan kebingungan mengenai bagaimana keputusan dibuat dan mengapa kinerja berfluktuasi.

“Algoritma itu seperti black box. Kita cuma bisa coba-coba.” (I7)

Perubahan mendadak dan tanpa penjelasan semakin memperburuk ketidakpastian:

“Tiba-tiba traffic turun drastis tanpa alasan yang jelas.” (I2)

Ketidakpastian ini memperkuat ketergantungan, karena UMKM tidak mampu mengembangkan strategi yang stabil dan independen di luar logika platform.

### **Kepatuhan Adaptif: Respons Strategis tetapi Terbatas**

Sebagai respons terhadap tekanan-tekanan ini, UMKM melakukan adaptasi secara terus-menerus. Namun, adaptasi-adaptasi ini sebagian besar bersifat reaktif dan berorientasi pada kepatuhan, alih-alih sepenuhnya strategis. Jawaban umum meliputi menyesuaikan harga agar sesuai dengan persyaratan kampanye, mengoptimalkan judul produk dan kata kunci, dan meningkatkan daya tanggap. Hal ini menunjukkan bahwa adaptasi lebih banyak dibentuk oleh tuntutan algoritmik daripada melalui strategi bisnis independen.

“Kita ikut saja maunya platform, karena kalau tidak, kita hilang.” (I10)

### **Ketergantungan Platform: Dari Partisipasi hingga Keterikatan**

Dampak kumulatif dari tekanan algoritmik dan perilaku adaptif adalah munculnya ketergantungan platform yang kuat. UMKM melaporkan bahwa seiring waktu, bisnis mereka menjadi sangat terintegrasi dalam ekosistem platform. Ketergantungan ini diperkuat oleh berbagai faktor seperti ketergantungan pada lalu lintas platform, kurangnya saluran pelanggan alternatif, dan peringkat dan ulasan yang terkumpul. Dengan demikian, ketergantungan bukan hanya bersifat struktural tetapi diproduksi secara aktif melalui interaksi berulang dengan sistem algoritmik.

“Sekarang 90% penjualan dari platform. Kalau keluar, tidak tahu harus jual ke siapa.” (I6)

“Sudah terlalu dalam di platform, susah untuk pindah.” (I12)

### **Pembahasan**

Studi ini bertujuan untuk meneliti bagaimana sistem algoritmik membentuk perilaku dan ketergantungan UMKM dalam ekonomi berbasis platform. Temuan menunjukkan bahwa UMKM bukan hanya peserta di pasar digital tetapi tertanam dalam lingkungan yang diatur secara algoritmik yang terus-menerus membentuk visibilitas, kinerja, dan pilihan strategis mereka. Dengan menguraikan mekanisme tekanan visibilitas, tekanan kinerja, tekanan promosi, dan ketidakpastian algoritmik, studi ini memajukan pemahaman yang lebih rinci tentang bagaimana kekuatan platform beroperasi di tingkat mikro.

### **Memperluas Manajemen Algoritmik di Luar Tenaga Kerja**

Kontribusi utama studi ini terletak pada perluasan konsep manajemen algoritmik di luar fokus tradisionalnya pada pekerja lepas untuk mencakup UMKM sebagai aktor pasar independen. Literatur yang ada sebagian besar telah membingkai kontrol algoritmik dalam konteks platform tenaga kerja, di mana pekerja diberi tugas, dipantau, dan dievaluasi melalui sistem algoritmik (Kellogg et al., 2020; Meijerink & Bondarouk, 2023). Dalam konteks tersebut, manajemen algoritmik sering dikaitkan dengan otonomi yang berkurang, tekanan kinerja yang meningkat, dan pengawasan digital.

Temuan studi ini menunjukkan bahwa mekanisme serupa beroperasi dalam konteks UMKM, meskipun dalam bentuk yang berbeda. Alih-alih mengendalikan input tenaga kerja secara langsung, algoritma platform mengatur partisipasi pasar itu sendiri, menentukan produk mana yang terlihat, penjual mana yang mendapatkan daya tarik, dan strategi mana yang layak. Ini menunjukkan pergeseran konseptual dari manajemen tenaga kerja algoritmik ke manajemen pasar algoritmik. UMKM berbeda dari pekerja lepas karena mereka mempertahankan kepemilikan produk mereka dan memiliki otonomi strategis nominal.

Namun, bukti empiris menunjukkan bahwa otonomi ini semakin dibatasi oleh persyaratan algoritmik. UMKM harus terus-menerus menyesuaikan diri dengan metrik dan logika promosi yang ditentukan platform, secara efektif menginternalisasi aturan algoritmik ke dalam praktik bisnis mereka. Ini mendukung argumen bahwa manajemen algoritmik tidak terbatas pada hubungan kerja tetapi merupakan mode koordinasi ekonomi digital yang lebih luas.

### **Tekanan Algoritmik sebagai Mekanisme Kekuatan Platform**

Studi ini memperkenalkan dan secara empiris membuktikan konsep tekanan algoritmik sebagai mekanisme kunci di mana tata kelola platform diberlakukan. Sementara penelitian sebelumnya menekankan kekuatan platform dalam hal asimetri struktural dan kontrol data (Liang et al., 2022; Silva Neto, 2019), temuan di sini menyoroti bagaimana kekuatan tersebut dialami dan direproduksi melalui tekanan mikro yang berkelanjutan. Tekanan algoritmik bukanlah episodik tetapi berkelanjutan dan kumulatif, membentuk tidak hanya keputusan langsung tetapi juga lintasan bisnis jangka panjang. Hal ini menggeser fokus analitis dari gagasan statis tentang kontrol platform ke proses dinamis pengkondisian perilaku dan kepatuhan.

Tekanan algoritmik beroperasi melalui empat mekanisme yang saling terkait yaitu (1) Tekanan visibilitas, yang mengkondisikan akses pasar pada peringkat algoritmik; (2) Tekanan kinerja, yang menegakkan disiplin perilaku melalui metrik; (3) Tekanan promosi, yang membentuk kembali penetapan harga dan persaingan; dan (4) Ketidakpastian algoritmik, yang membatasi prediktabilitas dan kemandirian strategis. Bersama-sama, mekanisme ini menciptakan lingkungan di mana UMKM dipaksa untuk terlibat dalam adaptasi berkelanjutan tanpa sepenuhnya memahami aturan yang mengatur. Hal ini selaras dengan dan memperluas karya sebelumnya tentang opasitas sistem algoritmik (Gillespie, 2018), yang menunjukkan bahwa opasitas bukan hanya fitur teknis tetapi juga sumber asimetri kekuatan.

### **Membingkai Ulang Ketergantungan sebagai Konstruksi Algoritma**

Kontribusi kunci lain dari studi ini adalah rekonseptualisasi ketergantungan dalam ekosistem platform. Perspektif tradisional, khususnya teori ketergantungan sumber daya, mengkonseptualisasikan ketergantungan sebagai akibat dari kendali atas sumber daya kritis (Pfeffer & Salancik, 2015). Dalam konteks platform, ini telah diinterpretasikan sebagai ketergantungan pada infrastruktur, akses pelanggan, dan efek jaringan (Cutolo & Kenney, 2021). Temuan studi ini memperluas pandangan ini dengan menunjukkan bahwa ketergantungan tidak hanya ditentukan secara struktural tetapi juga secara aktif dihasilkan melalui interaksi algoritmik. UMKM menjadi bergantung bukan hanya karena platform mengendalikan sumber daya, tetapi karena algoritma terus-menerus membentuk bagaimana sumber daya tersebut dapat diakses dan dimanfaatkan.

Proses ini berlangsung melalui siklus penguatan berupa tekanan algoritmik memaksa adaptasi perilaku, adaptasi berulang menyelaraskan UMKM dengan logika platform, penyelarasan meningkatkan ketergantungan pada hasil yang dihasilkan platform, dan peningkatan ketergantungan mengurangi kemungkinan keluar. Dalam pengertian ini, ketergantungan muncul sebagai hasil endogen dari tata kelola algoritmik, bukan sebagai kondisi struktural eksogen. Wawasan ini berkontribusi pada literatur yang lebih luas dengan membingkai ulang ketergantungan sebagai fenomena dinamis dan prosedural, yang didorong oleh interaksi berkelanjutan antara aktor dan sistem algoritmik.

### **SIMPULAN**

Studi ini menunjukkan bahwa UMKM dalam ekonomi berbasis platform tidak sekadar berpartisipasi dalam pasar digital, tetapi tertanam dalam sistem yang diatur secara algoritmik yang

secara aktif membentuk visibilitas, kinerja, dan pilihan strategis mereka. Melalui identifikasi empat dimensi utama tekanan algoritmik yaitu visibilitas, kinerja, promosi, dan ketidakpastian, penelitian ini mengungkap bahwa tekanan tersebut mendorong bentuk adaptasi yang bersifat kepatuhan, di mana pelaku UMKM menyesuaikan praktik bisnis mereka sesuai dengan logika platform. Dalam jangka panjang, proses ini menghasilkan ketergantungan yang semakin dalam terhadap platform, terutama dalam hal akses pelanggan, arus lalu lintas, dan pembentukan pendapatan.

Secara konseptual, temuan ini menegaskan bahwa ketergantungan dalam ekonomi platform bukan semata-mata akibat struktur pasar atau kontrol sumber daya, tetapi merupakan hasil dari interaksi berulang dengan sistem algoritmik yang secara terus-menerus mengkondisikan perilaku pelaku usaha. Dengan demikian, studi ini memperluas pemahaman tentang manajemen algoritmik dari konteks tenaga kerja ke ranah koordinasi pasar, sekaligus merekonstruksi ketergantungan sebagai fenomena yang bersifat dinamis dan dibentuk secara algoritmik.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aspers, P., & Corte, U. (2021). What is Qualitative in Research. In *Qualitative Sociology* (Vol. 44, Number 4). <https://doi.org/10.1007/s11133-021-09497-w>
- Benlian, A., Wiener, M., Cram, W. A., Krasnova, H., Maedche, A., Möhlmann, M., Recker, J., & Remus, U. (2022). Algorithmic Management: Bright and Dark Sides, Practical Implications, and Research Opportunities. *Business and Information Systems Engineering*, 64(6). <https://doi.org/10.1007/s12599-022-00764-w>
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2). <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
- Cutolo, D., & Kenney, M. (2021). Platform-dependent entrepreneurs: Power asymmetries, risks, and strategies in the platform economy. *Academy of Management Perspectives*, 35(4). <https://doi.org/10.5465/amp.2019.0103>
- Eisenhardt, K. M., & Graebner, M. E. (2007). Theory building from cases: Opportunities and challenges. *Academy of Management Journal*, 50(1). <https://doi.org/10.5465/AMJ.2007.24160888>
- Gillespie, T. (2018). Custodians of the internet: Platforms, content moderation, and the hidden decisions that shape social media. In *Custodians of the Internet: Platforms, Content Moderation, and the Hidden Decisions That Shape Social Media*.
- Gioia, D. A., Corley, K. G., & Hamilton, A. L. (2013). Seeking Qualitative Rigor in Inductive Research: Notes on the Gioia Methodology. *Organizational Research Methods*, 16(1). <https://doi.org/10.1177/1094428112452151>
- Kellogg, K. C., Valentine, M. A., & Christin, A. (2020). Algorithms at work: The new contested terrain of control. *Academy of Management Annals*, 14(1). <https://doi.org/10.5465/annals.2018.0174>
- Kenney, M., & Zysman, J. (2016). The rise of the platform economy. *Issues in Science and Technology*, 32(3).
- Liang, Y., Aroles, J., & Brandl, B. (2022). Charting platform capitalism: Definitions, concepts and ideologies. In *New Technology, Work and Employment* (Vol. 37, Number 2). <https://doi.org/10.1111/ntwe.12234>
- Meijerink, J., & Bondarouk, T. (2023). The duality of algorithmic management: Toward a research agenda on HRM algorithms, autonomy and value creation. *Human Resource Management Review*, 33(1). <https://doi.org/10.1016/j.hrmr.2021.100876>
- Octavia, J. (2022). Regulating Algorithms: The Next Frontier in the Platform Economy Debate. *Indonesian Quarterly*, 50(3).
- Orlikowski, W. J., & Barley, S. R. (2001). Technology and institutions: What can research on information technology and research on organizations learn from each other? *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 25(2). <https://doi.org/10.2307/3250927>

- Pfeffer, J., & Salancik, G. (2015). External control of organizations-resource dependence perspective. In *Organizational Behavior 2: Essential Theories of Process and Structure*. <https://doi.org/10.4324/9781315702001-32>
- Silva Neto, V. J. da. (2019). Platform capitalism. *Revista Brasileira de Inovação*, 18(2). <https://doi.org/10.20396/rbi.v18i2.8654960>
- Stark, D., & Pais, I. (2021). Algorithmic management in the platform economy. *Ekonomicheskaya Sotsiologiya*, 22(3). <https://doi.org/10.17323/1726-3247-2021-3-71-103>
- Walsham, G. (2006). Doing interpretive research. *European Journal of Information Systems*, 15(3). <https://doi.org/10.1057/palgrave.ejis.3000589>
- Yin, R. K. (2018). Case study research and applications: Design and methods. In *Journal of Hospitality & Tourism Research* (Vol. 53, Number 5). <https://doi.org/10.1177/109634809702100108>
- Zhu, G., Huang, J., Lu, J., Luo, Y., & Zhu, T. (2024). Gig to the left, algorithms to the right: A case study of the dark sides in the gig economy. *Technological Forecasting and Social Change*, 199. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2023.123018>