



EKONOMI DIGITAL & *DIGITAL LABOUR* INDONESIA: JENIS & TANTANGANNYA



Penulis:

Kurnia Cahyaningrum Efendi, S.IP

Penyunting:

Prof. Dr. Wahyudi Kumorotomo

Yuyun Purbokusumo, Ph.D

Desain Sampul dan Tata Letak:

Wahyu Budi Utomo



Tulisan ini berusaha mengetengahkan situasi ekonomi digital dan pekerja digital yang dalam kasus Indonesia—digadang-gadang menjadi salah satu penggerak utama untuk merealisasikan Indonesia sebagai negara ekonomi digital terbesar di Asia Tenggara pada tahun 2020 (Jakartapost *online*, 2016) maupun bertujuan sebagai salah satu dari 10 negara besar kekuatan ekonomi dunia berdasarkan PDB pada tahun 2030 melalui implementasi peta jalan Making Indonesia 4.0 (Kemenperin, 2018). Beberapa media mencatat Indonesia: membutuhkan 17 juta pekerja ekonomi digital pada tahun 2030 (Tempo *online*, 2019); atau setiap tahun Indonesia membutuhkan 600.000 pekerja digital (Cnbcindonesia *online*, 2019). Meskipun tidak dipungkiri bahwa teknologi digital dan revolusi industri 4.0 mengakibatkan jenis pekerjaan yang saat masih ini ada akan hilang akibat sistem digitalisasi seperti hasil survei World Economic Forum tahun 2016 di 15 negara menyebutkan ada 7,1 juta pekerjaan yang perlahan-lahan akan hilang karena tak lagi dibutuhkan namun akan dikompensasi oleh munculnya 2,1 juta pekerjaan baru di bidang komputer, matematika, dan teknik. Sementara penelitian McKinsey tahun 2016 juga melansir 52,6 juta pekerjaan berpotensi tergantikan—dengan perbandingan 60 persen jabatan pekerjaan di dunia akan menggunakan sistem digitalisasi, dan 30 persen jabatan pekerjaan di dunia akan digantikan oleh mesin canggih (Liputan6 *online*, 2018). Konsekuensi yang muncul dari perubahan yang diakibatkan era digital terhadap pekerjaan—hingga pasar kerja cukup signifikan, apabila negara tidak siap, kehidupan dan kesejahteraan warga negara menjadi taruhannya.

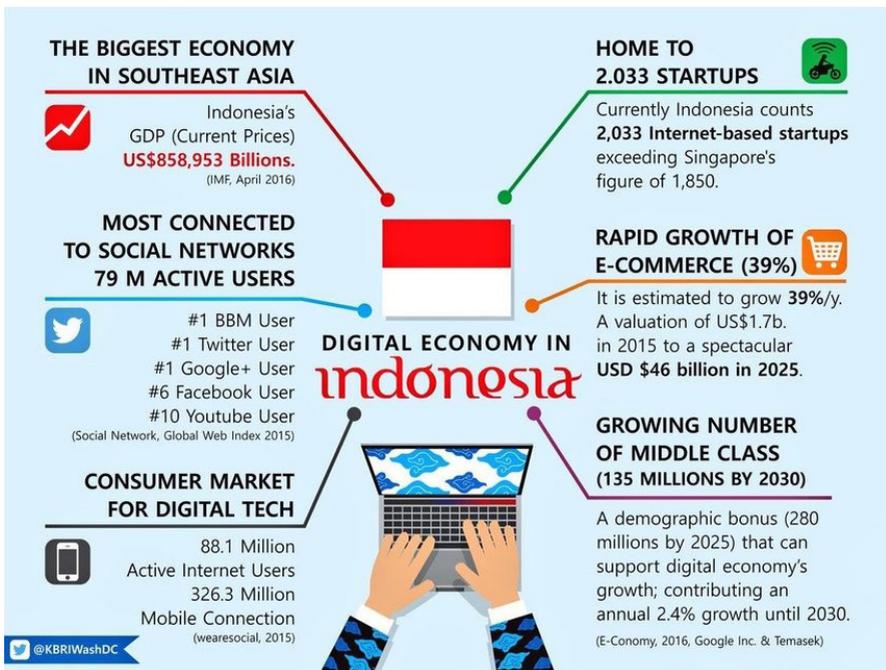
Teknologi Digital, Ekonomi Digital Indonesia

Tentu, perkembangan teknologi komunikasi dan inovasi, terlebih berbasis digital membawa banyak perubahan di berbagai sektor kehidupan. Secara signifikan, pengintegrasian ke dalam proses produksi dan organisasi selama beberapa dekade terakhir telah berkontribusi pada perubahan bentuk konfigurasi ekonomi dari tradisional ke digital dan beserta implikasi lainnya. Teknologi digital memungkinkan untuk melakukan berbagai bentuk pekerjaan, dan terutama pada pekerjaan berbasis pengetahuan. Tak hanya itu, perjalanan, belanja, hiburan dan komunikasi menjadi bagian dari area yang telah mengalami revolusi. Sekarang kita jarang menemukan perangkat elektronik atau mesin yang tidak menggunakan teknologi digital sebab perangkat teknologi menjadi dapat lebih kompak, lebih cepat, lebih ringan, dan lebih fleksibel dan telah mengubah cara orang bertransaksi, terhubung dan berinteraksi yang melampaui batas geografis, jarak, dan waktu. Merujuk Deloitte (2018), saat ini terjadi transformasi ekonomi, pekerjaan, dan bahkan masyarakat itu sendiri melalui pengenalan teknologi dan proses baru. Pendek kata, penggunaan teknologi digital meningkatkan kualitas kehidupan warga, memajukan manajemen kota—misalnya dengan *smart city*—dan mendorong pembangunan ekonomi.

Ekonomi digital adalah ekonomi yang berjalan melalui sistem komputerisasi dan TIK digital. Sederhananya, merujuk definisi yang dikembangkan OECD (2015), ekonomi ini bekerja dengan tiga komponen utama yang tumpang tindih: infrastruktur TIK digital baik perangkat keras maupun perangkat lunak, proses pengorganisasian melalui computer jaringan, dan *e-commerce* (perdagangan barang atau jasa *online*). Dinamika digital Indonesia dapat dilihat dari berbagai dimensi. Pertama, pembangunan ekonomi digital Indonesia (lihat **Gambar 1**) sebagaimana dilansir Twitter KBRI tahun 2016 lalu merangkum bahwa gambaran IMF terhadap perekonomian global, Indonesia merupakan negara dengan perekonomian terbesar di Asia Tenggara dengan GDP lebih dari 858 juta USD; Data Social Network, global web indeks 2015 menunjukkan 79 juta

penduduk Indonesia pengguna aktif jejaring sosial di internet; Secara khusus kajian Wearesocial 2015 menunjuk Indonesia sebagai pasar teknologi digital; Sementara menurut E-conomy 2016, Google Inc. dan Temasek menilai Indonesia menjadi negara yang memiliki jumlah startup maupun *e-commerce* yang kian meningkat, bersamaan dengan proyeksi pertumbuhan kelas menengah mendukung pertumbuhan ekonomi digital secara positif.

Gambar 1: *Digital Economy & Broadband Development in Indonesia*

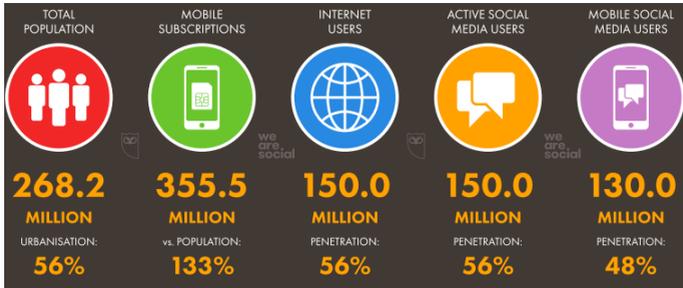


Sumber: Twitter KBRI (2016)

Data teraktual dari Wearesocial and Hootsuite (2019) pada tahun 2019 misalnya menunjukkan dari 268,2 juta jiwa penduduk Indonesia, terdapat 150, 19 juta jiwa atau 56 % berdomsili di daerah perkotaan. Penduduk yang berlangganan seluler atau mobile subscription mencapai 355,5 juta orang atau 133%. Dari data tersebut, terdapat 150

juta orang merupakan pengguna internet dan berselancar di berbagai media sosial serta terdapat 130 juta pengguna sosial media *mobile* (**Gambar 2**). Perubahan yang signifikan dari data Wearesocial tahun 2015 pada Gambar 1 di atas.

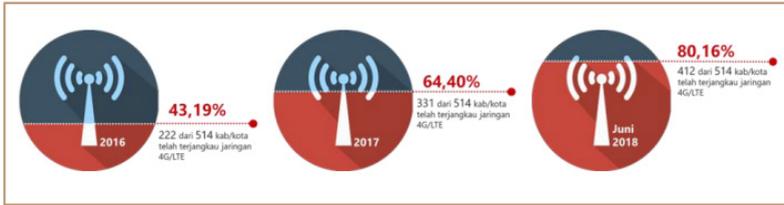
Gambar 2: Digital di Indonesia tahun 2019



Sumber: We Are Social and Hootsuite (2019)

Merujuk infrastuktur internet dan aksesibilitasnya. Pun, proses pembangunan ICT dapat dilihat dari kemudahan akses dan kualitas infrastruktur yang disediakan untuk digitalisasi. Berdasarkan **Gambar 3** jangkauan layanan 4G/LTE oleh Bappenas (2018), pemenuhan kebutuhan alokasi spektrum frekuensi radio, layanan pitalebar 4G/LTE telah dapat dinikmati masyarakat di 412 kabupaten/kota di Indonesia (80,16 persen dari total 514 kabupaten/kota seluruh Indonesia), 5.236 kecamatan (72,98 persen dari total 7.175 kecamatan seluruh Indonesia), dan 61.051 desa/kelurahan (73,36 persen dari total 83.218 desa/kelurahan seluruh Indonesia).

Gambar 3: Jangkauan Layanan 4G/LTE di Indonesia Tahun 2016-2018



Sumber: Bappenas (2018)

Namun demikian, di lain sisi, kualitas ICT Indonesia belum bagus, sebab ICT Development Index Indonesia berada pada peringkat ke-111 dari 176 negara (ITU, 2017).¹ Dari peringkat 111 tersebut, secara detail IP-TIK di Indonesia adalah 4,33 dan jika dibandingkan dengan negara-negara di Asia Tenggara, IP-TIK Indonesia hanya berada di atas Kamboja, Timor Leste, Myanmar, dan jauh di bawah Singapura (IP-TIK= 8,05, peringkat 18).

Setidaknya yang bisa disoroti dalam perkembangan digital ekonomi di Indonesia versi pemerintah adalah *The Digital Energy of Asia* yang diluncurkan Jokowi beberapa tahun lalu. Ramli (2019) merangkumnya sebagai berikut:

1. Rencana strategis berfokus pada pemberdayaan UKM dan melibatkan UKM sebanyak-banyaknya dalam pembangunan ekonomi nasional.
2. Peta jalan *e-commerce* yang memadukan berbagai inisiatif dari 8 kementerian dan lembaga pemerintah untuk memastikan pertumbuhan sektor teknopreneur dengan target mencapai transaksi *e-commerce* sebesar 130 miliar USD pada tahun 2020.
3. Kebijakan yang ramah terhadap penanaman modal asing

¹ Informasi peringkat ICT Development Index Indonesia 2018 belum dapat diakses

untuk menarik minat investasi berbasis teknologi.

4. Memfasilitasi akses pendanaan untuk digitalisasi UKM dan perusahaan-perusahaan rintisan (*startup*) melalui Kredit Usaha Rakyat (KUR) dan juga membuat regulasi yang lebih menarik minat modal ventura.
5. Menyediakan *exit strategy* yang mudah dan atraktif dengan cara memperdalam likuiditas pasar modal untuk listing perusahaan teknologi.
6. Adopsi kebijakan-kebijakan yang pro-inovasi seperti: gerakan nasional untuk menciptakan 1000 teknoprenuer digital nasional maupun menyediakan peraturan untuk memproteksi pemain-pemain *e-commerce*.

Berikut merupakan beberapa program nasional digarap sedemikian rupa sehingga visi *The Digital Energy of Asia* dapat terwujud sesuai waktu yang ditargetkan. *Pertama*, Pemerintah bersama *marketplace* menargetkan 8 juta UMKM *Go Online* melalui Gerakan Nasional Ayo UMKM *Jualan Online*. UMKM didorong memanfaatkan dunia digital TIK dan internet dalam pengembangan usaha mereka. Hal itu bukanlah tidak beralasan, sebab menurut Direktorat Jenderal Aplikasi Informatika Kementerian Komunikasi dan Informatika (2018) UMKM Indonesia mencapai 57,9 juta unit dan mampu menyumbang 60,34 persen terhadap produk domestik bruto (PDB) nasional. Dengan UMKM yang sudah *Go Online* maka UMKM bisa meningkatkan skala bisnisnya hingga *Go International*. Data 2017-2018 misalnya UMKM yang sudah di-onlinekan mencapai 6.435.216 UMKM (**Gambar 4**).

Gambar 4: UMKM Go Online



Sumber: Direktorat Jenderal Aplikasi Informatika Kementerian Komunikasi dan Informatika (2018)

Bahkan, tak hanya itu terdapat juga program Petani dan Nelayan *Go Online* dibuat dengan tujuan untuk memberikan solusi atas permasalahan di sektor pertanian dan perikanan dengan memfasilitasi pemanfaatan aplikasi yang tepat untuk menunjang pengusahaan petani dan nelayan serta kinerja sektor pertanian dan perikanan (Direktorat Jenderal Aplikasi Informatika Kominfo, 2018), lihat **Gambar 5** di bawah ini.

Gambar 5: Petani dan Nelayan Go Online

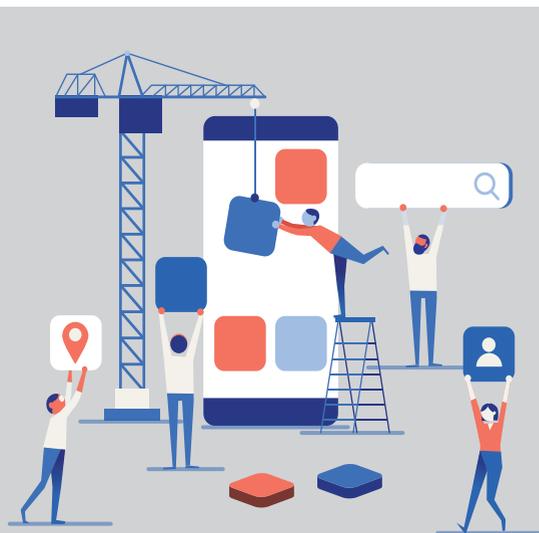


Sumber: Direktorat Jenderal Aplikasi Informatika Kementerian Komunikasi dan Informatika (2018)

Kedua, Gerakan 1000 Start-up Digital yang diinisiasi oleh Kibar yang didukung oleh pemerintah dibawah kominfo. Gerakan yang diharapkan bisa melahirkan 1.000 startup pada tahun 2020 ini digarap Kominfo dengan total anggaran US\$10 miliar (sekitar Rp133 triliun) dengan 5 tahap, yaitu Ignition, workshop/bengkel, hackathon, bootcamp, dan inkubasi (Pratama, 2016). Sebagai tambahan, dalam memfasilitasi pengembangan startup di Indonesia, Badan Ekonomi Kreatif didirikan oleh pemerintah untuk membantu pelaku startup dalam beberapa aspek, termasuk penelitian dan pengembangan produk, pendanaan, pembangunan infrastruktur, perlindungan kekayaan intelektual, pemasaran, dan pelatihan *branding* (Badan Ekonomi Kreatif, 2018). sementara jenis-jenis startup terpopuler di Indonesia merujuk Daily Social (2016) adalah layanan *on-demand*, *financial technology* (fintech), and *e-commerce*. Go-Jek menjadi contoh sektor *on-demand services* dalam bentuk layanan pemesanan ojek berbasis aplikasi. Sementara *Fintech* merupakan alternatif pendanaan selain jasa industri keuangan tradisional. Contoh *fintech* adalah Amarnya yang memberi pinjaman *peer to peer* kepada pelanggan mereka. Bareksa adalah *marketplace* yang memungkinkan kamu untuk melakukan jual beli produk finansial

reksa dana secara *online*, selain itu ada CekAja, Finansialku, Midtrans, GoPay, Modalku TCash, UangTeman dan sebagainya (Pratama, 2017).

General Electric (2017) mencatat sektor jasa dan industri masing-masing membentuk sekitar 43% dari total PDB, dengan pertanian menyumbang 14% sisanya. Namun, hampir 40% tenaga kerja dialokasikan untuk sektor pertanian. Sementara sejauh ini, MIKTI dan Teknopreneur (2018)



mencatat terdapat 992 startup tersebar di seluruh wilayah Indonesia hingga 2018, terbagi dalam bidang usaha antara lain: sejumlah 352 bergerak pada usaha e-commerce, 53 startup jenis Fintech dan 55 startup Game serta 532 bergerak pada startup jenis lainnya. Ke 992 startup ini menyerap tenaga kerja hingga mencapai 55.903 orang dengan dominasi 80,32% pekerja berpendidikan S1, DIPLOMA 9,84%, SMA 9,21% dan sebesar 0,63% bergelar S2. Lalu Operasi usaha transportasi online yang berkembang di Indonesia seperti yang dicatat Koran Sindo (2015) antara lain Go-Jek. Grabbike, Grabtaxi, Uber, Bajaj App, Transjek, Wheel Line, Bangjek, Ojek Syar'i dan Blue-Jek. KumparanNews (2017) mencatat jumlah driver dari Go-Jek saja sudah mencapai 250.000 mitra, jumlah ini meningkat hingga satu juta seperti yang diklaim pada laman gojek online (2019). Jumlah ini belum termasuk dengan jumlah transportasi online lainnya. Lalu berapakah yang bisa dimasukkan sebagai pekerja digital pada puluhan juta unit UMKM di atas? Padahal tidak semua pekerja UMKM adalah pekerja digital yang mana jumlah pekerja UMKM bisa dari 1-5 tenaga kerja—tapi tidak sampai 300 pekerja (kategori usaha menengah). Pun jika mengkategorikan petani dan nelayan yang berhasil mengakses dan menikmati program nelayan dan petani go online, apakah 1 juta per target 2019 dapat masuk dalam kategori pekerja digital? Pertanyaannya, sebenarnya seperti apa pekerja digital itu?

Sementara di satu sisi, misal yang disebut Capgemini Digital Transformation Institute (2017) sebagai *cybersecurity, cloud computing, analytics, web development, mobile application design and development, data science, big data, master data management, user interface design* merupakan jenis-jenis pekerjaan dan aktivitas yang lumrah pada konteks era digital yang permintaan tenaga kerjanya sangat tinggi. Jika dikaitkan dengan situasi angkatan kerja, pengangguran serta *ICT Development Index Indonesia*, maka butuh kerja keras untuk mewujudkan tenaga kerja terampil teknologi. Melihat gap ini, kemudian pemerintah melalui Kementerian Kominfo tak tanggung-tanggung menyelenggarakan program digital talents, yang dimaksudkan agar pesertanya mendapat

pelatihan intensif untuk menguasai *hardskill* dan *softskill* sesuai dengan peminatan di bidang teknis *Artificial Intelligence, Big Data, Cloud Computing, Cyber Security, Internet of Things*, dan *Machine Learning* serta beberapa tema pelatihan lainnya.² Selain itu, Kementerian Kominfo (2015) mempunyai program sertifikasi keahlian berdasarkan 22 Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia (SKKNI)—yang nantinya menjadi cara meyakinkan user bahwa pekerja digital—terutama angkatan kerja muda lulusan Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) bidang Teknologi TIK, khususnya yang belum memiliki pekerjaan untuk mengikuti uji kompetensi—memiliki keahlian memadai sehingga mampu berkompetisi di pasar kerja.

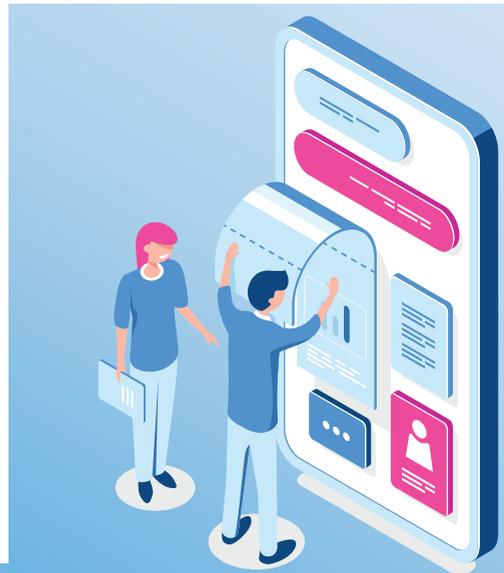
Jenis Pekerja Digital

Teknologi digital tidak hanya diakses oleh para ahli IT, namun juga masyarakat kebanyakan. Bahkan teknologi informasi bersifat serbaguna dan memengaruhi banyak hal dalam hampir setiap kategori pekerjaan (Aghion, Howitt, & Violante, 2002). Namun tidak semua pekerjaan dapat dimasukkan sebagai pekerjaan digital, termasuk pekerjaannya. Sebelum merujuk apa sih pekerja digital secara konseptual. Definisi problematis pekerja digital bisa ditujukan pengguna awam Facebook atau *social media online* lainnya bisa jadi merupakan pekerja digital tanpa *tittle*, sebab merujuk Novianto dan Wulansari (2017) pengguna berperan sebagai pemproduksi data sekaligus menjadi target obyek iklan dan konsumen untuk komoditi lain melalui piranti *media sosial online* yang mana para pengguna tersebut tidak merasa dirugikan

2 Sebelum, di tahun 2018, Kominfo telah meluncurkan program yang sama untuk menyiapkan 1.000 talenta yang menguasai keahlian digital guna mendukung visi Indonesia untuk menjadi negara ekonomi digital terbesar pada tahun 2030. Selain itu, Program Digital Talent Scholarship ditujukan untuk menyediakan talenta yang dibutuhkan dalam Revolusi Industri 4.0. Program Digital Talent Scholarship 2019 akan memberikan kesempatan kepada 25.000 peserta untuk mengikuti pelatihan yang dikemas dalam empat akademi. Setiap akademi memiliki kriteria tertentu bagi pesertanya yang terdiri dari kelompok *Fresh Graduate Academy* (FGA), *Vocational School Graduate Academy* (VSGA), *Coding Teacher Academy* (CTA), dan *Online Academy* (OA).

karena eksploitasi terjadi secara tersamarkan. Di sini, Novianto dan Wulansari (2017) menekankan adanya eksploitasi karena nilai kerja pengguna hanya dinikmati oleh korporasi Facebook, sedangkan waktu kerja mereka tidak dibayar oleh Facebook. Atau apa yang menjadi momok sehari-hari: situasi pekerja kurang terampil semakin memburuk untuk mendapatkan pekerjaan maupun upah layak akibat perkembangan teknologi. Penelitian McKinsey yang dilakukan Bughin dkk., (2018) menunjukkan pekerja berketerampilan tinggi memiliki kemungkinan lebih besar untuk dipekerjakan dan untuk mendapatkan kenaikan upah. Namun belum tentu benar, sebab dalam era digital atau revolusi industri keempat ini, tenaga kerja dengan berbagai pengetahuan dan keterampilan mendalam (sebut saja *skill-based technology*) tidak hanya terkait dengan perbedaan upah yang diterima tetapi juga dapat dilihat pada jenis lapangan usahanya.

Digital services, marketing, web design, online job recruitment, training, digital advertisement, cloud computing, web hosting, online car auctioning, hingga product shipment merupakan sebagian dari banyaknya istilah yang akrab kita dengar dalam konteks pekerjaan digital. Dalam tulisan ini juga, *digital economy* memiliki banyak variasi istilah, termasuk di antaranya: *sharing economy, collaborative consumption, peer-to peer economy, on-demand economy, gig economy, maupun platform businesses*. Berbagai istilah tersebut tidak dipertentangkan. Fuchs (2014) memberikan pandangan luas tentang tenaga kerja digital yang mencakup semua tenaga kerja yang terintegral dari rantai nilai yang memproduksi produk



dan layanan digital; ini termasuk penambangan bahan baku dan pembuatan produk infrastruktur digital seperti komputer dan peralatan telekomunikasi (Fuchs, 2013). Sejalan perkembangannya, pekerja digital dilihat dari kompleksitasnya, mulai level tinggi seperti pengembangan web dan perangkat lunak, layanan TI dan teknik, serta layanan bisnis seperti akuntansi), level menengah seperti *customer service*, penulisan, penerjemahan, desain multimedia hingga level rendah seperti pekerjaan *reviewing*, *data entry* maupun *posting* pada media sosial (Kuek et al, 2015).

Namun lebih lanjut, dalam tulisan ini analisis Schmidt (2017) menjadi rujukan utama dalam pembagian tenaga kerja digital. Schmidt (2017) menyarankan taksonomi sebagai berikut: Disebut *cloud work* apabila tugas tersebut tidak berbasis lokasi dan dapat dilakukan dari jarak jauh melalui internet; *Crowd work*, apabila tugas tidak diberikan kepada individu tertentu tetapi kepada sekelompok orang yang tidak ditentukan secara *online*; *Microtasking crowd work*, apabila pekerjaan dibagi lagi menjadi unit-unit kecil, nantinya masing-masing pekerja yang terlibat dibayar dengan jumlah uang yang sama kecil. Jika sebaliknya pekerjaan tidak dapat dibagi lagi tetapi dapat diselesaikan dalam cara yang berulang, yang secara paralel, oleh seluruh kerumunan, dan akhirnya hanya satu hasil yang digunakan dan dibayar, jenis ini disebut *contest-based crowd work*. Namun demikian, ketika pekerjaan harus dilakukan di lokasi dan waktu tertentu, oleh orang tertentu yang bertanggung jawab atas tugas, maka hal itu disebut *gig work*. Layanan berbasis lokasi ini selanjutnya dibedakan berdasarkan tingkat keterlibatan pribadi yang diperlukan dan tingkat peluang dan risiko yang ditimbulkannya untuk kontraktor independen. Schmidt (2017) selanjutnya membagi secara sederhana, yang mana perlu dicatat bahwa dalam praktiknya ada banyak *platform hybrid* dan subkategori serta diperlukan lebih banyak penelitian sebab jenis platform kerja digital berkembang menjadi lebih rumit di masa depan. Berikut penjelasan Schmidt



(2017) terhadap taksonomi pekerja digital yang juga tertera pada **Bagan 1** Kategorisasi pasar pekerja digital dalam *platform economy* (a dan b).

Cloud Work (Web-Based Digital Labour)

Freelance marketplaces

Pekerja lepas atau *freelance marketplaces* (dalam konteks ini terkadang disebut online outsourcing, outsourcing marketplaces maupun the online staffing industry) mentransfer prinsip *outsourcing* dari tingkat perusahaan ke level individu. Klien dapat menemukan kontraktor independen melalui platform yang kemudian para freelancer pada gilirannya melakukan tawaran untuk mendapatkan pekerjaan. Pada prinsipnya, semua pihak di dalam platform ini (klien, *freelancer* dan pengelola platform berada di negara yang berbeda-beda di seluruh dunia namun menjadi rumit apabila dikaitkan dengan yurisdiksi hukum yang berlaku. Jenis pekerjaan yang ditawarkan dalam freelance marketplaces bervariasi tetapi kontras dengan jenis *microtasking*. Dewasa ini, banyak perusahaan menggunakan jasa *freelancer* menawarkan keahlian khusus, seperti pemrograman web, analisis data, desain visual dan lain sebagainya. Upwork (2017) dalam survei Future Workforce Report 2017 menunjukkan sebanyak 84% perusahaan di dunia dapat menunda maupun membatalkan proyek, dan memperpanjang beban kerja bila mereka tak mampu menyewa *freelance* yang bisa membantu pekerjaannya—terutama di bidang teknologi informasi.

Microtasking Crowd Work

Berg dkk. (2018), merujuk platform *microtask* merupakan jenis platform tenaga kerja berbasis web yang menyediakan akses bagi bisnis dan klien lain untuk tenaga kerja yang besar dan fleksibel (“kerumunan”) untuk menyelesaikan tugas-tugas

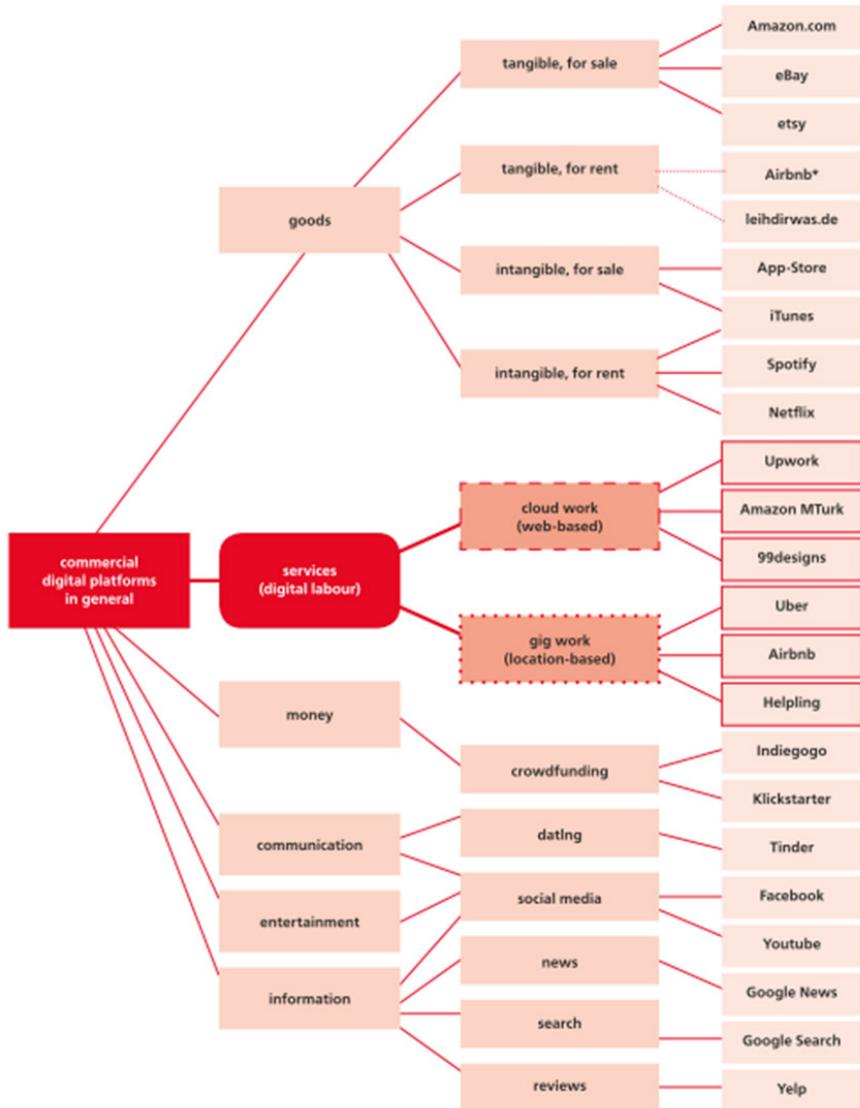


kecil, sebagian besar tugas administrasi, yang dapat diselesaikan dari jarak jauh menggunakan menggunakan komputer dan koneksi internet. Bentuk tugas-tugas ini beragam mulai dari pengidentifikasian gambar, transkripsi, dan anotasi; moderasi konten; pengumpulan dan pemrosesan data; transkripsi audio dan video; dan penerjemahan. Platform microtask digunakan oleh klien untuk memposting tugas massal yang perlu diselesaikan; pekerja bebas memilih tugas dan dibayar untuk setiap tugas individu yang diselesaikan. Platform lah yang membayar pekerja dengan harga yang ditunjukkan oleh klien dikurangi biaya mereka. Selanjutnya, Schmidt (2017) menambahkan organisasi kerja sebagai *microtasking* membentuk hubungan yang saling tergantung dengan otomatisasi. Amazon menjadi contoh utama dalam memainkan peran kunci dalam pengembangan *microtasking* modern.

Contest-Based Creative Crowd Work

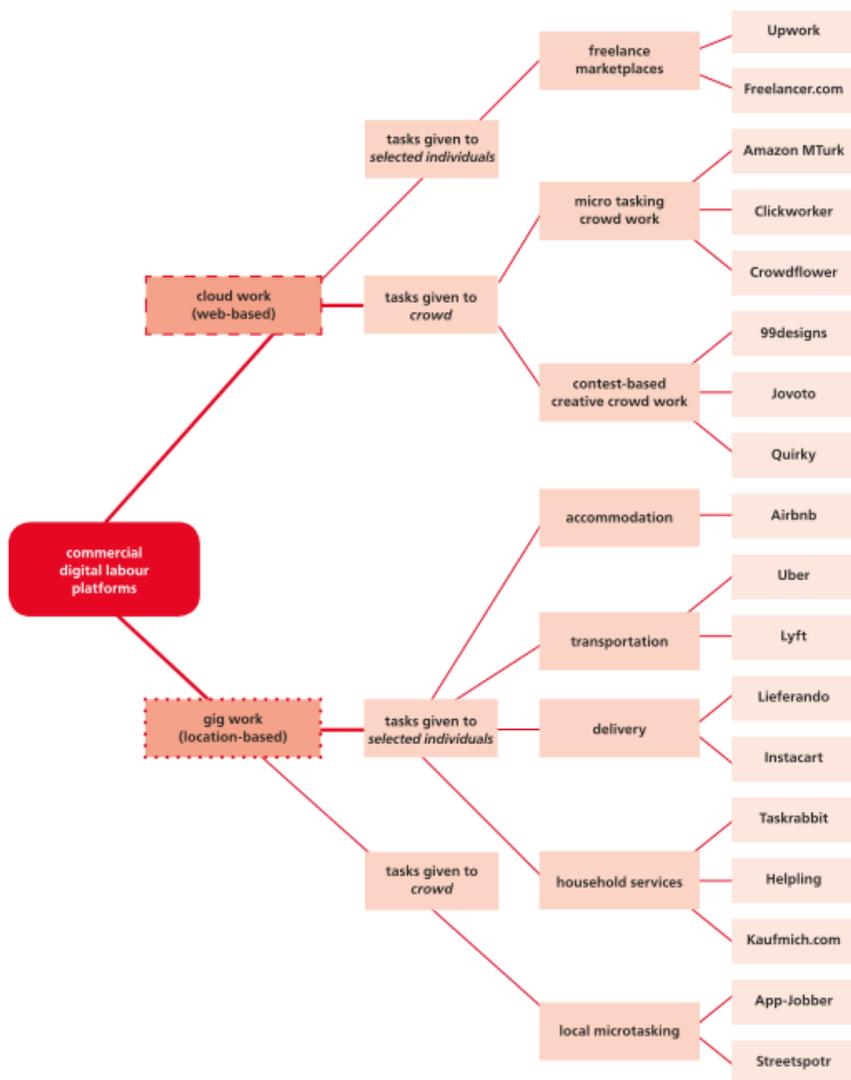
Platform tenaga kerja digital yang mengatur pekerjaan dalam bentuk kontes dapat ditemukan dalam domain desain grafis; lebih khusus lagi, desain logo. Namun sebenarnya, metode dengan menggunakan kontes kreativitas untuk mengatur pekerjaan sama sekali tidak terbatas pada desain logo. Berbeda dengan pasar *freelance* dan *platform microtasking*, klien yang menggunakan karya kreatif berbasis kontes sebenarnya sedang mencari solusi terbaik dari kumpulan solusi yang mungkin sangat heterogen yang dikembangkan oleh pekerja kerumunan. Hasil *contest-based creative crowd work* dipahami sebagai subkategori *cloud work* dan *crowd work*, dan sebagai bagian dari rantai nilai dalam pengembangan produk komersial.

Bagan 1: Kategorisasi pasar pekerja digital dalam platform economy (a)



Sumber: Schmidt (2017)

Bagan 1: Kategorisasi pasar pekerja digital dalam platform economy (b)



Sumber: Schmidt (2017)

Cloud Work (Web-Based Digital Labour)

Platform digital berbasis lokasi menjadi mungkin dilakukan melalui penyebaran smartphone dengan pelacak GPS sebab prasyaratnya adalah pekerjaan ini tidak dilakukan di suatu tempat tetapi di mana saja dan di lokasi tertentu di kota. Platform yang digunakan relatif baru ini dan didukung oleh jumlah modal ventura yang tinggi daripada platform kerja digital lainnya, contohnya seperti akomodasi, transportasi maupun layanan pesan antar yang melibatkan banyak modal dan jenis pekerjaan lainnya. Model pekerjaan gig ini selalu terikat pada orang tertentu yang harus muncul tepat waktu untuk melakukan pekerjaan. Smartphone memainkan peran penting, tidak hanya untuk mengalokasikan pekerjaan dan orang-orang, tetapi juga untuk memilih kontraktor independent atau klien berdasarkan profil dengan nama asli dan serangkaian penilaian dan ulasan yang berasal dari transaksi sebelumnya.

Gig Work: Akomodasi

Airbnb menjadi contoh paling terkenal dari gig work sektor akomodasi. Layanan akomodasi yang dimaksud merupakan hasil inovasi dan kolaborasinya dengan pangsa pasar yang signifikan dengan permintaan pengganti terhadap jenis layanan yang disediakan oleh perusahaan tradisional (Zervas dkk., 2014; Guttentag dan Smith, 2017). Airbnb merupakan sebuah platform online untuk sewa akomodasi jangka pendek. Jika merujuk Guttentag (2015), Airbnb menghubungkan pemilik berbagai jenis akomodasi dengan individu yang mencari tempat menginap dan Airbnb memosisikan sebagai penyedia dari Infrastruktur TIK untuk transaksi namun tidak memiliki properti yang terdaftar. Di Indonesia, meskipun penikmat AirBnB mencapai ratusan ribu orang, namun ia juga merugikan pelaku usaha perhotelan karena bisnis AirBnB tidak masuk dalam sistem bisnis akomodasi yang legal dan tidak membayar pajak (katadata online, 2017).

Gig Work Transportasi dan Pelayanan Pesan-Antar

Lebih dari lima tahun lalu, kehadiran layanan transportasi menggunakan aplikasi *online*—taksi dan kendaraan roda dua—di Indonesia meramaikan berbagai layanan transportasi darat bagi masyarakat. Layanan yang dimaksud merupakan hasil inovasi teknologi yang berkembang dan dijalankan oleh *Transportation Network Companies* (TNC). TNC merujuk pada perusahaan *ridesharing* yaitu perusahaan-perusahaan yang menyediakan layanan transportasi *online* yang sudah diatur sebelumnya untuk menjembatani antara pengemudi, yang menggunakan kendaraan pribadi mereka dengan penumpang (Azevedo & Maciejewski, 2015). Saat ini, di Indonesia TNC yang bersaing ketat adalah Gojek dan Grab, sementara masyarakat luar negeri lebih familiar dengan layanan Uber, Sidecar maupun Lyft—yang jika dilihat dari perspektif penumpang—menawarkan pelayanan lebih unggul dari taksi konvensional. Pengemudi Uber dalam skala internasional mewakili persoalan pekerja digital ini, sebab meskipun Uber secara resmi menyebut driver-nya sebagai “mitra”, namun kenyataan jelas-jelas menunjukkan bahwa para “mitra” mereka tidak diperlakukan sama. Mitra berada pada posisi tawar yang lemah dan harus bernegosiasi dalam perhitungan Uber di mana perusahaan dapat memangkas biaya untuk mendapatkan keuntungan finansial. Agaknya persoalan yang sama juga dialami oleh driver Gojek maupun Grab di Indonesia.



Contoh platform ekonomi yang menjadi penengah penawaran dan permintaan adalah Deliveroo dan Doordash. Baik Deliveroo maupun Doordash memungkinkan restoran yang sebelumnya tidak memiliki layanan pesan antar makanan menjadi mudah mengirimkan makanan kepada pelanggan mereka. Belakangan, platform tenaga kerja digital untuk transportasi juga melihat pangsa pasar yang besar dalam usaha pelayanan pesan antar, barang dari supermarket dan makanan dari restoran. Dengan layanannya UberRUSH dan UberEATS, perusahaan “*ridesharing*” ini menjadi pilihan bagi banyak orang. Gojek juga menawarkan layanan serupa mulai dari Go-food, Go-send, Go-box maupun Go-med.

Gig Work Pelayanan Rumah Tangga dan Personal

Jenis pekerjaan ini adalah layanan platform ekonomi digital yang disediakan oleh kontraktor independen di rumah klien mereka. Jenis pekerjaan dalam wilayah privasi seseorang ini diatur sedemikian rupa berdasarkan faktor kepercayaan, kualitas dan kontinuitas (bisa jadi orang yang sama muncul untuk melakukan pekerjaan). Secara umum, pelanggan dibebaskan dari layanan rumah tangga tersebut namun untuk mencapai hal tersebut, tingkat kepercayaan pelanggan terhadap pekerja harus cukup tinggi untuk memberi mereka akses tanpa pengawasan ke rumah pribadi mereka dan kedua pihak tidak perlu harus menghabiskan waktu bersama. Saat ini, platform digital yang bergerak dibidang ini antara lain: Helpling dan Book A Tiger yang berfokus pada layanan kebersihan; TaskRabbit dan Handy.com menawarkan tugas, perbaikan, perakitan furnitur Ikea dan sejenisnya termasuk menawarkan personal asisten. Di Indonesia, layanan ini juga marak, Gojek yang awalnya sebagai perusahaan *ridesharing* juga mengembangkan layanannya ke sector rumah tangga dan personal seperti Go-Life, Go-Massage, Go-Clean, Go-Glam maupun Go-Auto.

Tantangan Digital Labor

Berbagai kategori kerja digital di atas merupakan bagian dari transformasi pasar tenaga kerja dan masyarakat secara luas. Dalam banyak hal mereka adalah produk dari puluhan tahun perubahan struktural, kemajuan teknologi, perkembangan teknik bisnis dan manajemen, serta kebijakan pemerintah. Perlu dicatat, potensi pekerjaan digital dilihat dari konteks historisnya, misalnya, *freelancer* atau pekerjaan lepas bukanlah hal yang baru namun dengan adanya digitalisasi, *freelancer* mempunyai pasar kerja lebih luas. Pada saat yang sama adanya revolusi industri, memungkinkan *piecemeal work* yang sering disebut *unpaid or paid-by-results outsourced domestic labour* menjadi lebih bervariasi. Jika dikaji, saat ini, pekerja digital di Indonesia (misalnya) merujuk pada 6 kategori yang dikembangkan Schmidt (2017) belum jelas jumlahnya. Pun jika sebagai kategori pekerja informal.³ Ini mengikuti pendapat Von Vacano (2017) konsep *sharing economy* lebih dekat dengan situasi ekonomi informal Indonesia.⁴ Memang ekonomi informal cenderung tumbuh untuk menyerap sebagian besar tenaga kerja Indonesia bekerja di sektor informal yaitu 50,64 persen (BPS, 2017). Namun pembagian sub kategori-kategori dalam jenis pekerjaan informal belum jelas, termasuk para pekerja yang masuk dalam industri kreatif.

Pekerjaan di era digital diasosiasikan fleksibilitas dan kontrak sementara merupakan terobosan yang akan terus berlanjut di masa depan, namun bentuk-bentuk pekerjaan ini sering dikaitkan dengan upah yang lebih rendah, pelatihan yang lebih sedikit dan kurangnya pengembangan. Banyak jenis pekerjaan *outsourcing* yang sebelumnya

3 Berdasarkan definisi dari Badan Pusat Statistik, pekerja informal mencakup kategori penduduk bekerja dengan status berusaha sendiri, berusaha dibantu buruh tidak tetap, pekerja bebas di pertanian maupun nonpertanian dan pekerja keluarga/tidak dibayar.

4 Secara khusus dalam kasus platform transportasi online. Hal ini disebabkan oleh TNCs memberi banyak kesempatan pada pengemudi mitranya kemampuan untuk mengakumulasi kekayaan pada suatu periode waktu, namun mekanisme *sharing economy* yang diterapkan dalam transportasi online ini bukanlah mekanisme berbagi keuntungan secara gratis dan bukan juga seperti konsep gotong-royong.

aman berganti pada orang pekerja lepas (*self-employed individuals*) yang melakukan tugas-tugas kecil dan rentan diharapkan dapat menurunkan standar tenaga kerja pada basis yang luas. Selain itu, pekerjaan juga cenderung berbasis pada rating, serta memberikan para pekerja lebih sedikit akses ke perlindungan sosial dan keamanan kerja—pengurangan regulasi K3 keselamatan dan kesehatan kerja. Fleksibilitas dalam jam dan lokasi menentukan waktu kerja, biasanya menjadi lebih lama. Pekerja digital seringkali bekerja dengan bermodal kontrak jangka pendek dan kasual dengan system pembayaran yang rendah. Parahnya, terkadang terjadi ketidakpastian pembayaran.

Jika di bagian awal, terpampang pemerintah Indonesia mengejar pertumbuhan ekonomi dalam ranah digital ekonomi. Namun jika merunut apa saja kebijakan yang digarap terutama urusannya dengan ketenagakerjaan, agaknya pendapat Holmes & McGuinty (2015) dapat mewakili situasi Indonesia, bahwa kemajuan teknologi dengan kecepatan tinggi di mana pemerintah menghadapi persoalan yang agak sulit dalam mencoba membuat peraturan yang mengikutinya—termasuk kaitannya dengan hubungan antar-pemerintahan. Memang pemerintah Indonesia menyiapkan sejumlah kebijakan, mulai dari peningkatan pendidikan dan program *link and match*, peningkatan infrastruktur teknologi informasi, Pembangunan ekosistem inovasi, Insentif untuk investasi teknologi, bahkan peta *e-commerce*. Namun pemerintah tampaknya belum sungguh-sungguh mengatur persoalan ketenagakerjaan di era digital.

Praktik ketenagakerjaan era ekonomi digital banyak mengarah pada kerja eksploitatif tanpa batas sebab dibangun di atas kekosongan undang-undang dan peraturan ketenagakerjaan yang ada. Hubungan ketenagakerjaan



misal dalam platform *gig work*, pekerja diposisikan sebagai mitra—yang katanya bekerja sama dengan pola bagi hasil seperti yang tertuang pada UU 20/2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (selanjutnya disebut UU UMKM). Perjanjian kemitraan ini merupakan perjanjian tertulis dan tertuang dalam bentuk kontrak elektronik diatur didalam Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Dalam pelaksanaannya, perjanjian kemitraan ini menimbulkan hubungan kerja sebagaimana praktik hubungan industrial antara perusahaan dan pekerjanya sebagaimana juga diatur dalam Perjanjian kemitraan tidak tunduk pada ketentuan Undang-Undang No.13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan. Persoalan pekerja digital ternyata menambah persoalan ketenagakerjaan setelah reformasi sebab jenis digital labor mendapat situasi yang kurang lebih sama dengan dialami pekerja rezim pekerja fleksibel, seperti mengurangi hak dan perlindungan pekerja, proses informalisasi ke dalam sektor formal, kualitas hidup berkurang, mendorong korupsi dan eksploitasi, dan mengarah ke distorsi pasar tenaga kerja (Tjandraningsih, 2012).

Penutup

Ekonomi digital memungkinkan munculnya berbagai jenis inovasi dan pekerjaan. Sebagian jenis pekerjaan konvensional menghilang namun pada saat bersamaan memunculkan jenis pekerjaan yang baru. Tantangan era ekonomi digital adalah bagaimana pemerintah dan seluruh elemen baik pihak swasta maupun masyarakat dapat mengawalnya dengan tanpa mengorbankan hak-hak pekerja. Strategi regulasi tenaga kerja yang aktif dan inovatif wajib ada dan sangat penting jika potensi positif yang terkandung dalam teknologi digital baru mencerminkan usaha peningkatan kesejahteraan manusia.

Referensi

- Aghion, P., Howitt, P., & Violante, G. L. (2002). "General Purpose Technology and Wage Inequality." *Journal of Economic Growth*, 7(4), 315–345. diakses pada <https://www.jstor.org/stable/pdf/40216070.pdf>
- Ananta, Yanurisa (2019, 9 Maret). "Setiap Tahun Indonesia Butuh 600 Ribu Pekerja Digital." *CBNC Indonesia online*, diakses di <https://www.cnbconline.com/fintech/20190309200954-37-59693/setiap-tahun-indonesia-butuh-600-ribu-pekerja-digital>
- Azevedo, F., & Maciejewski, M. (2015). "Social, Economic and legal Consequences of Uber and Similar Transportation Network Companies (TNCs)." *Forward Planning Policy. Brussels, Belgium: European Parliament*. Diakses [http://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document.html?reference=IPOL_BRI\(2015\)563398](http://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document.html?reference=IPOL_BRI(2015)563398)
- Badan Ekonomi Kreatif, 2018. Profil BEKRAF diakses pada <http://www.bekraf.go.id/profil>
- Badan Perencanaan Pembangunan Nasional. 2018. *Lampiran Pidato Kenegaraan Republik Indonesia Presiden*. Diakses https://www.bappenas.go.id/files/lampid/Lampid_2018.pdf
- Berg, Janine; Marianne Furrer, Ellie Harmon Uma Rani and M Six Silberman. (2018). "Digital labour platforms and the future of work Towards decent work in the online world." *Geneva: International Labour Office*. Diakses https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/---publ/documents/publication/wcms_645337.pdf
- BPS. (2017). *Indikator Pasar Tenaga Kerja Indonesia Februari 2017*. Jakarta: BPS https://www.bps.go.id/website/pdf_publicasi/Indikator-Pasar-Tenaga-Kerja-Indonesia-Februari-2017.pdf
- Bughin, J., Hazan, E., Lund, S., Dahlström, P., Wiesinger, A., & Subramaniam, A. (2018). *Skill Shift: Automation and The Future of The Workforce*. London: McKinsey & Company diakses pada <https://www.mckinsey.com/~media/McKinsey/Featured%20Insights/Future%20of%20Organizations/Skill%20shift%20Automation%20and%20the%20future%20of%20the%20workforce/MGI-Skill-Shift-Automation-and-future-of-the-workforce-May-2018.ashx>
- Capgemini Digital Transformation Institute. (2017). *The Digital Talent Gap Are Companies Doing Enough?*. Diakses <https://www.capgemini.com/wp-content/uploads/2017/10/infographic.pdf>
- Dailysocial. 2016. *Laporan DailySocial: Kondisi Industri Startup Teknologi Indonesia Tahun 2016* diakses <https://dailysocial.id/post/dailysocial-startup-report-indonesia-2016>

- Deloitte. (2018). "The fourth industrial revolution is here—are you ready?" *Deloitte insights*. Diakses pada https://www2.deloitte.com/content/dam/insights/us/articles/4364_Industry4-0_Are-you-ready/4364_Industry4-0_Are-you-ready_Report.pdf
- Divianta, Dewi. (2018, 9 Oktober). "Menaker Sebut 52,6 Juta Lapangan Kerja Akan Digantikan Mesin." *Liputan6 online* diakses pada <https://www.liputan6.com/news/read/3662663/menaker-sebut-526-juta-lapangan-kerja-akan-digantikan-mesin>
- Direktorat Jenderal Aplikasi Informatika Kementerian Komunikasi dan Informatika (2018). *UMKM Go Online* diakses pada <https://www.theindonesianinstitute.com/wp-content/uploads/2018/10/Paparan-UMKM-versi-1.1.pdf>
- Fuchs, C. (2013). "Theorising and analysing digital labour: From global value chains to modes of production." *The Political Economy of Communication*, 1(2), 3-27.
- Fuchs, C. (2014). *Digital Labour and Karl Marx*. New York: Routledge.
- General Electric. (2017). *Future Of Work In Indonesia*, diakses https://www.ge.com/id/sites/www.ge.com.id/files/Future_of_work_in_Indonesia_final.pdf
- Guttentag, Daniel. (2015). "Airbnb: disruptive innovation and the rise of an informal tourism accommodation sector". *Current Issues in Tourism*, 18:12, 1192-1217
- Guttentag, D. A., & Smith, S. L. (2017). "Assessing Airbnb as a disruptive innovation relative to hotels: Substitution and comparative performance expectations." *International Journal of Hospitality Management*, 64 (2017): 1-10.
- Gojek. 2019. *Profil Gojek* diakses di <https://www.go-jek.com/>
- Hadian, Amal Ihsan (12 Oktober 2017). "AirBnB Mulai Mengancam Bisnis Hotel di Indonesia" *Katadata online*, diakses pada <https://katadata.co.id/berita/2017/10/12/airbnb-mulai-mengancam-bisnis-hotel-di-indonesia>
- Holmes, A. and L. McGuinty.(2015), "Harnessing the power of the sharing economy – Next steps for Ontario", Ontario Chamber of Commerce diakses pada <https://www.pwc.com/ca/en/industries/public-sector-government/sharing-economy.html>
- International Telecommunication Union. (2017). *ICT Development Index 2017*. Diakses pada <https://www.itu.int/net4/itu-d/idi/2017/index.html#idi2017rank-tab>.
- KBRI. (2016). *Digital Economy & Broadband Development in Indonesia: Internet Access Initiative Connecting the Unconnected*. Diakses <https://twitter.com/kbriwashdc/status/794605178662060032>
- Kurnianto, Muhammad. (2019, 13 maret). "2030, Indonesia Butuh 17 Juta Pekerja Ekonomi Digital." *Tempo online* diakses pada <https://bisnis.tempo.co/read/1184726/2030-indonesia-butuh-17-juta-pekerja-ekonomi-digital>

- Kemenperin. (2018). *Making Indonesia 4.0*. Jakarta: Kementerian Perindustrian diakses pada <http://www.kemenperin.go.id/download/18384>
- Kuek, S.C., Paradi-Guilford, C., Fayomi, T., Imaizumi, S., Ipeirotis, P., Pina, P. & Sing, M. (2015). "The Global Opportunity in Online Outsourcing." *World Bank Group Report (with Dalberg)*. diakses pada <http://documents.worldbank.org/curated/en/138371468000900555/The-global-opportunity-in-online-outsourcing>
- MIKTI dan Teknopreneur. (2018). *Mapping Dan Database Startup Indonesia 2018*. Jakarta: Badan Ekonomi Kreatif RI Diakses pada http://www.bekraf.go.id/downloadable/pdf_file/1812634-mapping-database-startup-indonesia-2018.pdf tanggal 6 Mei 2019
- Novianto, Arif dan Anindya Dessi Wulansari. 2017. "Kerja Tak Terbayarkan di Media Sosial: Alienasi dan Eksploitasi Pekerja yang Tersamarkan dalam Kapitalisme Digital." *Jurnal Studi Pemuda*. Vol. 6 No. 2 September
- OECD. (2015). *OECD Digital Economy Outlook 2015*. Paris: OECD Publishing
- Pratama, A. H., (2016). "5 Strategi Pemerintah untuk "Melahirkan" 1.000 Startup Digital di Indonesia." *Techinasia online*. Diakses pada <https://id.techinasia.com/pemerintah-luncurkan-gerakan-nasional-1000-startup-digital>
- Pratama, A. H., (12 October, 2017). "10 Layanan Fintech dengan Pertumbuhan Tercepat di Indonesia Menurut IDC." *Techinasia online* diakses pada <https://id.techinasia.com/10-layanan-fintech-pertumbuhan-tercepat>
- Ramli, Kalamullah. (2019). "Indonesia's preparation for the digital economy and e-commerce: infrastructure, regulatory and policy development," in Chen Lurong dan Fununari Kimura (eds). *Developing The Digital Economy In Asean*. Oxon dan New York: Routledge
- Schmidt, Florian A. (2017). "Digital labour markets in the platform economy: mapping the political challenges of crowd work and gig work." *Friedrich-Ebert-Stiftung* diakses pada <https://library.fes.de/pdf-files/wiso/13164.pdf>
- Sekretariat Ditjen Aplikasi Informatika Kementerian Komunikasi dan Informatika. (2015). *Dinamika Data Aplikasi Informatika 2015*. Diakses <https://www.theindonesianinstitute.com/wp-content/uploads/2018/10/Paparan-UMKM-versi-1.1.pdf>
- Sundaryani, Fedina S dan Stefani Ribka. (2016, November 11). "Indonesia wants to lead the region in e-commerce." *The Jakarta Post online*. Siakses pada <https://www.thejakartapost.com/news/2016/11/11/indonesia-wants-to-lead-the-region-in-e-commerce.html>
- Tjandraningsih, I. (2012). "State-Sponsored Precarious Work in Indonesia." *American Behavioral Scientist*. 57 (4): 403-419

- Upwork. (2017). *Future Workforce Report 2017*. Diakses <https://upwork.docsend.com/view/gqzku2i>
- von Vacano, Mechthild. (2017). "Sharing economy" versus "informal sector": Jakarta's motorbike taxi industry in turmoil. Diakses pada <http://ojs.unica.it/index.php/anuac/article/view/3076>
- We Are Social and Hootsuite. (2019). *Digital 2019 Indonesia* (January 2019) v01 diakses <https://www.slideshare.net/DataReportal/digital-2019-indonesia-january-2019-v01>
- Zervas, G., Proserpio, D. & Byers, J. (2017)." The rise of the sharing economy: Estimating the impact of airbnb on the hotel industry." *Journal of Marketing Research*, Vol 54, Issue 5,

Institute of Governance and Public Affairs (IGPA) adalah institusi yang didirikan dengan tujuan untuk melakukan penelitian serta melakukan diseminasi dan publikasi hasil penelitian di Magister Administrasi Publik (MAP) Universitas Gadjah Mada. IGPA merupakan upaya revitalisasi kegiatan penelitian yang telah dilaksanakan MAP UGM yang berdiri sejak 1994.

Persoalan mengenai studi maupun pengembangan sektor publik di Indonesia dalam era kontemporer menghadapi berbagai tantangan dan problem yang tidak sederhana. Rendahnya kualitas kebijakan publik, lemahnya kapasitas aparat publik, belum efektifnya kinerja organisasi publik, tantangan mewujudkan good governance, maupun kebutuhan untuk penguatan citizenship, jelas membutuhkan jawab dan solusi yang efektif sekaligus komprehensif. Oleh karena itu, IGPA didirikan dan dikembangkan dengan fokus melakukan analisis dinamika organisasi sektor public, citizenship dan governance di Indonesia. Dengan latar belakang pemikiran tersebut, IGPA diharapkan mampu menghasilkan berbagai penelitian yang berkualitas untuk dimanfaatkan oleh seluruh stakeholder kebijakan publik.

Institute of Governance and Public Affairs (IGPA)

Magister Administrasi Publik

FISIPOL UGM unit II

Jl. Dr. Sardjito, Sekip

Yogyakarta, 55223

Magister Administrasi Publik

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Gadjah Mada

JKAP (Jurnal Kebijakan dan Administrasi Publik)

<http://journal.ugm.ac.id/jkap>

Jl. Prof. Dr. Sardjito, Sekip, Yogyakarta 55281

Mobile : +62813 9135 5393

Telepon : (0274) 512700 ext. 110 atau (0274) 563825; 588234

Fax : (0274) 589655

Instagram: @igpa.mapfisipolugm