

## PEKERJA LEPAS (FREELANCER) DALAM DUNIA BISNIS

MUSTOFA<sup>1)</sup>

<sup>1)</sup> Dosen STISIP Yuppentek Tangerang  
E-mail: [mustopa.mustopa2017@gmail.com](mailto:mustopa.mustopa2017@gmail.com)<sup>1)</sup>

### ABSTRAK

Studi ini hendak mendeskripsikan bagaimana pengaruh perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di dalam dunia bisnis, terutama kehadiran pekerja lepas (*freelance*) yang akhir-akhir ini makin mudah dijumpai. Sebagai bagian dari dunia bisnis, kehadiran mereka dapat ikut memberi kontribusi bagi perkembangan dunia bisnis, terutama untuk perusahaan yang memerlukan tenaga kerja dengan keahlian atau keterampilan khusus yang tidak bisa dipenuhi oleh pegawai *full time*. Adapun berbagai manfaat yang bisa didapatkan oleh perusahaan ketika menggunakan para pekerja lepas (*freelancer*) ini antara lain ialah efisiensi biaya, masukan berupa ide-ide segar, profesionalitas, fleksibilitas dalam waktu kerja, serta pelayanan optimal.

Kata Kunci: Internet, bisnis, pekerja lepas (*freelancer*)

### ABSTRACT

*This study aims to illustrate how the influences of information and communication technology in business, especially the presence of freelancers which is lately more easily found. As a part of the business, their (freelancers) presence can contribute to the development of the business, especially for companies that require workers with special skill that can not be done by full-time employees. Meanwhile, various benefits that can be obtained by company when using freelancer is cost efficiency, fresh ideas, professionalism, flexibility in working time, and optimal service.*

*Keywords: Internet, business, freelancer*

### PENDAHULUAN

Semenjak memasuki perubahan milenium, dunia bisnis dihadapkan secara *vis a vis* dengan perubahan yang serba cepat. Ada yang menyambut dengan penuh antusias, dan ada pula yang merasa cemas atau merasa terancam. Perubahan yang serba cepat itu, pada kenyataannya terjadi secara merata di seluruh penjuru dunia, termasuk juga di Indonesia.

Gelombang pertama perubahan tersebut yaitu *connectivity*, terjadi tak lama setelah Alvin Toffler menerbitkan bukunya yang terkenal *Gelombang Ketiga* yang meramalkan kemunculan Abad Informasi sebagaimana sudah kita rasakan saat ini. Buku itu ternyata menginspirasi tokoh-tokoh seperti Bill Gates, Steve Jobs, Steve Case, Andy Groove serta tokoh-tokoh lainnya untuk bergerak menciptakan dunia baru. Pada gelombang yang

kedua, yang berlangsung pada awal abad ke-21 ketika manusia sudah bisa memanfaatkan konektivitas (*connectivity*) itu untuk sosialisasi dan kebutuhan bisnis (perdagangan), muncullah Alibaba, e-Bay, Facebook sampai dengan Uber dan kesemuanya mengindikasikan berlangsungnya gelombang yang kedua. Dan kini, manusia telah memasuki gerbang *gelombang yang ketiga* setelah *smartphone* bisa menghubungkan hampir seluruh segi kehidupan mulai dari *smart city*, *biochip*, alat monitoring jantung, *home automation*, *smart energy* hingga *smart politic* (Kasali, 2017).

Dalam bidang bisnis (ekonomi), ledakan yang sudah mencapai *gelombang ketiga* tersebut juga memengaruhi cara dunia melakukan bisnis, baik itu di tingkat lokal maupun global. Banyak perusahaan, terutama perusahaan yang menerapkan perdagangan *online* atau *e-commerce*, mengintegrasikan situs Websitenya

dengan sistem *back-office* seperti *database*, paket akuntansi, kontrol stok dan penelusuran para pelanggan. Hal ini, selain memudahkan juga mampu mengurangi biaya-biaya administrasi dan meningkatkan layanan terhadap pelanggan, salah satunya dengan memberikan informasi yang cepat serta mudah mengenai kemajuan order/pesanan (Rasjid, 2014).

Lebih jauh, pada konteks yang berbeda, konektivitas yang berlangsung ini mampu mengatasi hambatan ruang-waktu, terutama di antara perusahaan dengan calon pegawai yang hendak direkrutnya, sebagaimana dapat dilihat pada berbagai situs penyedia lowongan kerja yang bisa dengan mudah dijumpai. Hal ini berlaku juga bagi perusahaan yang membutuhkan jasa/tenaga *freelancer* yang sebelumnya cenderung mengandalkan informasi dari mulut ke mulut kini dapat memanfaatkan internet guna mencari tenaga *freelancer* yang dibutuhkannya, sesuai dengan syarat dan ketentuan yang diinginkan.

Sementara itu, pekerja lepas (*freelancer*) cenderung lebih didominasi oleh generasi milenial. Generasi milenial menurut Pew Research Center ialah generasi yang lahir antara 1980-2000, kaum muda masa kini yang sekarang berusia antara 15-34 tahun. Generasi ini setidaknya memiliki tiga karakteristik (Winastiti, 2016). *Pertama*, percaya pada *user generated content* daripada informasi searah. Contoh: dalam menentukan sebuah produk, generasi ini lebih percaya pada testimoni yang diberikan konsumen di internet dibanding testimoni konvensional yang dihadirkan oleh produsen barang itu sendiri. *Kedua*, dunia yang serba digital direspon sangat baik oleh milenial yang selalu *online* 24/7; kehidupan mereka bergantung kepada jaringan internet mulai sekadar komunikasi biasa, konsumsi makanan, transportasi bahkan sampai dunia kencan. *Ketiga*, milenial cenderung tidak loyal tapi bekerja efektif; mereka minta gaji tinggi, jam kerja fleksibel, dan meminta promosi dalam waktu setahun.

Menurut kabar Elance-oDesk, kualitas pekerja *freelance* di Indonesia rata-rata mendapatkan tingkat *feedback* 4.5 dari skala 5 serta menjadi negara di posisi pertama yang bisa menyelesaikan lebih dari 100 tugas. Dalam portal perbandingan perusahaan Indonesia bernama *Qerja*, desainer grafis berbakat di

Indonesia yang bekerja di perusahaan seperti Ciputra Group dan Detik rata-rata mendapatkan gaji sebesar USD 400 (sekitar 4,7 juta) per bulan, jauh lebih sedikit bila dibandingkan dengan jumlah yang bisa diraih seorang desainer grafis yang bekerja *online* secara penuh (dalam Chandra, 2015).

Sementara itu, kontribusi dari pekerja *freelance* bagi perekonomian makro Indonesia bisa dikatakan luar biasa. Menurut laporan Emerging Global Labor dari McKinsey menyatakan bahwa saat ini, Indonesia merupakan negara ke-16 dalam daftar negara dengan perekonomian terbesar dengan 55 juta pekerja profesional. Emerging Global Labor juga memperkirakan jika pekerja profesional di Indonesia akan meningkat menjadi 113 juta orang di 2030. Hal ini yang membuat Indonesia diprediksi menjadi negara dengan perekonomian terbesar ke-7 di dunia.

Berdasarkan penjelasan singkat di atas, tulisan ini hendak menggambarkan bagaimana pengaruh perkembangan teknologi informasi dan komunikasi terhadap dunia bisnis, terutama keberadaan pekerja lepas (*freelancer*) yang sejatinya dapat ikut berkontribusi bagi perkembangan dunia bisnis atau usaha. Kehadiran mereka, yang akhir-akhir ini semakin terasa dan mudah dijumpai dalam dunia bisnis, dapat menjadi salah satu jalan keluar/solusi bagi perusahaan yang membutuhkan tenaga kerja dengan keterampilan/keahlian khusus yang tidak bisa dipenuhi oleh pegawai *full time*.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Internet sebagai Media Baru

Munculnya istilah *new media* sangat terkait erat dengan kehadiran internet di dunia ini. Sekalipun dalam perkembangannya *new media* tidak terbatas kepada internet, namun internet merupakan alat atau media yang paling dominan pada era *new media*. Seperti dikatakan Flew (2005: 4): "The Internet represents the newest, most widely discussed, and perhaps most significant manifestation of new media." Internet memang sangat fenomenal; di zaman telepon kabel dulu tak terbayangkan pada masa depan kabel-kabel telepon tersebut dapat memunculkan gambar, tidak hanya suara. Nyatanya, internet pun berkembang terus, yang pada mulanya hanya dimanfaatkan untuk *email*

dan situs, kemudian dimanfaatkan untuk blog, jejaring sosial, berbagi video, televisi, konferensi video, game *online*, dan lain sebagainya.

Singkatnya, internet telah menyatukan dunia seakan tak mempunyai batas lagi. Lewat *email*, sebuah surat bisa sampai ke penerimanya dalam waktu singkat. Internet juga sudah dimanfaatkan bagi kepentingan bisnis sehingga seseorang bisa berbelanja atau melakukan transaksi *online* lewat Internet. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa internet sebagai media baru telah mengubah banyak aspek dalam kehidupan manusia serta menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari masyarakat di sebagian besar belahan bumi.

Istilah media baru (*new media*) itu sendiri baru muncul di akhir abad ke-20 untuk menggambarkan peleburan media tradisional (seperti film, gambar, musik, lisan dan tertulis) dengan kekuatan interaktif komputer dan teknologi komunikasi. Kata “baru” dalam istilah media baru juga dapat dihubungkan dengan lima aspek berikut ini (Wahyudin dan El Karimah, 2016<sup>1</sup>).

1. *New textual experiences*, yaitu berupa genre dan bentuk tekstual terbaru dalam media, seperti *game* komputer, efek khusus film serta berbagai bentuk hiburan lainnya.
2. *New ways of representing the world*, yaitu di mana setiap individu bisa dengan mudah direpresentasikan melalui layanan multimedia interaktif.
3. *New relationships between subjects and media technology*, adalah perubahan pada penerimaan informasi yang disebabkan adanya media teknologi.
4. *New experience of relationship between embodiment, identity and community*, yaitu pengalaman baru dengan adanya komunitas yang tidak lagi dibatasi oleh waktu dan ruang dalam skala lokal maupun global.
5. *New patterns of organization and production*, yaitu pola produksi yang baru dengan adanya integrasi dalam industri media.

Sementara itu, Pavlik (1998) menyebutkan empat fungsi teknis media baru sebagai berikut. *Pertama*, produksi, merujuk pada pengumpulan

serta pemrosesan informasi meliputi komputer, fotografi elektronik, *scanners* optikal, dan *remotes* yang tak lagi hanya mengumpulkan dan memproses informasi, tapi menyelesaikan masalah secara lebih cepat-efisien. *Kedua*, distribusi, merujuk kepada pengiriman atau pemindahan informasi elektronik. *Ketiga*, *display*, merujuk kepada beragam teknologi untuk menampilkan informasi kepada pengguna terakhir (audiens) yang menjadi konsumen informasi. *Keempat*, *storage* yaitu merujuk kepada media yang menggunakan penyimpanan informasi dalam format elektronik.

### Internet dalam Dunia Bisnis

Pemanfaatan internet dalam bidang bisnis dibagi menjadi dua bagian, yaitu bisnis online dan pemasaran. Di dalam bisnis *online*, internet dapat menjadi media untuk melakukan bisnis sehingga berkembanglah apa yang dikenal dengan istilah: *bisnis online*. Dengan membuat situs (website) yang dirancang untuk bisnis *online* maka bisnis yang dilakukan melalui dunia maya sudah bisa berlangsung. Peluang bisnis nonkonvensional ini langsung direspon oleh banyak pihak, ada pihak yang memang serius terjun ke bisnis *online*, tetapi banyak juga yang sekedar mencoba-coba. Adapun berbagai perusahaan yang sukses mendunia melakukan bisnis lewat internet adalah amazon.com yang sering dijadikan contoh ideal kesuksesan bisnis *online* (Situmorang, 2012).

Bisnis *online* melalui internet pada dasarnya merupakan suatu bisnis yang menjanjikan mengingat pasarnya ialah pengguna internet yang tersebar di seluruh dunia. Tetapi dalam praktiknya banyak kendala yang menghambat perkembangan bisnis *online*. *Pertama*, persoalan keamanan sewaktu melakukan transaksi *online*; masih banyak orang yang merasa ragu apakah transaksi pembayaran kartu kredit yang dilakukannya benar-benar aman, meskipun situs bisnis *online* tersebut sudah menggunakan sistem pengamanan yang canggih seperti *SSL Secure*. *Kedua*, meski pengguna Internet terus meningkat pesat hanya sebagian kecil yang menjadi pasar potensial dalam bisnis *online*. Kebanyakan pengguna internet cenderung memilih aktif di situs jejaring sosial, game *online* dan browsing mencari informasi (berita).

Selain berperan dalam dunia bisnis *online*, internet sebagai media baru pun berperan sangat

penting bagi perubahan dalam konsep pemasaran yang dilakukan perusahaan. Perusahaan mulai memanfaatkan internet sebagai sarana promosi ke seluruh dunia dengan membuat sebuah situs resmi perusahaan. Situs perusahaan umumnya menampilkan *company profile*, produk yang dijual dan berita mengenai aktivitas perusahaan. Perusahaan juga menyediakan fasilitas *email* bagi konsumen yang ingin menghubungi perusahaan. Tidak hanya perusahaan besar yang mampu membuat situs, perusahaan kecil pun mampu melakukannya, karena menciptakan sebuah situs tidak terlalu sulit dan biayanya relatif terjangkau. Aspek pembedanya adalah situs perusahaan besar biasanya dikelola secara khusus sehingga data serta tampilannya sering diperbarui.

Internet juga dapat dijadikan media untuk menggaet calon konsumen yaitu dengan mengirim *email* atau *newsletter*, yang dalam teori pemasaran Philip Kotler adalah contoh pemasaran langsung melalui Internet. Salah satu bentuk pemasaran yang memanfaatkan berbagai media di internet adalah *viral marketing* (pemasaran viral). Pemasaran viral merupakan model pemasaran dari mulut ke mulut dengan menggunakan media internet atau *Internet Word of Mouth*. Viral berarti virus yang penyebarannya terjadi dengan cepat (Datta, Chowdhury dan Chakraborty, 2005).

Dunia perbankan juga memanfaatkan internet sebagai dalam memberikan pelayanan kepada para nasabahnya yang dikenal dengan sebutan *internet banking*. Bank-bank besar di Indonesia (BCA, Mandiri, BNI, Permata) sudah menyediakan layanan *internet banking*. Fasilitas yang disediakan internet banking ialah transfer uang, pembayaran tagihan, pembelian pulsa, dan lain sebagainya. Dengan adanya *internet banking* ini, nasabah tidak perlu antri lagi di depan kasir bank seperti dulu apabila ingin melakukan transfer (termasuk antarrekening) atau membayar tagihan tertentu.

### Pengertian *Freelance*

“Hidup sebagai pekerja lepas (*freelance*) dapat digambarkan seperti halnya menghanyutkan botol berisi pesan dari pulau terpencil, sambil berharap seseorang akan menemukan botol itu serta membaca pesan yang ada di dalamnya, kemudian orang itu akan memasukkan sesuatu ke dalam botol untuk

dihanyutkan kembali ke arahmu: apresiasi, komisi, uang, atau cinta. Anda harus bejalar menerima apa pun isi botol yang kembali itu,” kata Neil Gaiman, sewaktu penulis misteri dan fantasi asal Inggris tersebut diundang bicara di hadapan angkatan tahun 2012 University of the Arts di Philadelphia.

Dalam kesempatan tersebut Neil Gaiman juga meramalkan bahwa menjadi pekerja lepas (*freelancer*) ialah salah satu jalur karier yang akan semakin diminati di masa mendatang. Ramalan Neil tersebut, yang terbukti benar, dapat dilihat dari dua indikator. *Pertama*, adalah pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang memudahkan manusia bergerak (*borderless*) dan menghadirkan berbagai pilihan dalam memilih jenis pekerjaan. *Kedua*, munculnya ragam profesi baru seiring perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, misalnya penulis lepas, jurnalis, *web developing*, dan lain-lain.

Kata *freelance* sendiri adalah sebuah istilah pada Abad Pertengahan yang digunakan kepada seorang prajurit bayaran (*a free lance*) yang tak terikat kepada siapa pun kecuali hanya pada orang yang mempekerjakannya. Istilah itu pertama kali digunakan oleh Sir Walter Scott (1771-1832) dalam novelnya *Ivanhoe* untuk menggambarkan prajurit bayaran Abad Pertengahan (*free lance*). Kata *lance*, yang berarti *tombak*, menjelaskan bahwa tombak tersebut bida melayani siapa pun yang mempekerjakannya. Pada 1903, kata *freelance* serta pengertiannya tercatat dalam Oxford English Dictionary sebagai kata kerja (*verb*). Di era modern, kata tersebut mengalami perluasan arti atau makna, yaitu dari kata benda (*a freelance*) menjadi kata sifat (*a freelance journalist*), kata kerja (*a journalist who freelances*) dan kata keterangan (*she worked freelance*).

### METODE

Penelitian ini ialah penelitian kepustakaan (*library research*) yang bersifat deskriptif analitis. Secara deskriptif, penelitian ini hendak memaparkan salah satu dampak perkembangan teknologi informasi dan komunikasi terhadap dunia bisnis, khususnya keberadaan para pekerja lepas (*freelance*) yang akhir-akhir ini semakin marak ditemui. Data-data (sekunder) yang digunakan pada penelitian ini dianalisis

dan diinterpretasi supaya dapat diperoleh makna yang memadai (*explanatory*) dan valid.

## DISKUSI DAN PEMBAHASAN

### *Freelance di Indonesia*

Pilihan untuk bekerja secara lepas (*freelance*) akhir-akhir ini menunjukkan tren peningkatan yang signifikan. Pertimbangan utama yang paling sering ditemui dibalik pilihan bekerja secara lepas adalah kebebasan/fleksibilitas mengatur waktu dan bisa bekerja di mana pun dan kapan pun (*borderless*). Di samping itu, bekerja secara lepas, yang cenderung jauh lebih memperhatikan keahlian (*skill*) dibanding kualifikasi pendidikan, menjadi pertimbangan tersendiri kenapa profesi *freelancer* semakin diminati.

Bagi perusahaan, penggunaan tenaga kerja lepas pun bisa memberi banyak manfaat, antara lain bisa memaksimalkan produktivitas karyawan dan perusahaan, efisiensi biaya rekrutmen, menambah ide-ide baru dan segar (dari perspektif yang berbeda), dan fleksibilitas waktu. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh *upwork* dalam *Future Workforce Report 2017*, disebut sebanyak 84% perusahaan di dunia akan menunda atau membatalkan proyek bahkan memperpanjang beban kerja bila mereka tak bisa menyewa tenaga *freelance* untuk membantu pekerjaannya. Selain itu, sembilan dari sepuluh manajer menyatakan lebih puas bekerja dengan pekerja lepas (*freelance*) daripada dengan tenaga kerja yang telah ada dalam perusahaan.

Di Indonesia sendiri profesi bekerja secara lepas (*freelancing*) bukan suatu hal yang baru. Sejak dulu, sudah banyak orang Indonesia yang melakukan hal ini, seperti menjadi penterjemah, konsultan, penulis, dan lain-lain. Hanya saja, profesi *freelancer* di Indonesia dulu masih dilihat sebelah mata lantaran kurang bergengsi dan tidak menyediakan jaminan sosial yang mencukupi seperti asuransi atau uang pensiun. Akan tetapi seiring perkembangan teknologi terutama internet dan media sosial, profesi *freelancer* saat ini mulai mendapat pengakuan dan semakin banyak perusahaan yang membutuhkan jasa *freelancer*, khususnya perusahaan kecil yang berbasis keluarga (Anggrian & Sumarlin, 2016).

Selain memunculkan jenis pekerjaan yang dulu terdengar 'asing', pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi juga sudah mengubah konsep pekerjaan yang sebelumnya familiar menjadi *digital minded*. Dalam sebuah studi, dilakukan oleh McKinsey Paris pada 2011, dijelaskan bahwa kehadiran teknologi telah menghancurkan 500.000 kesempatan kerja di Paris 1995-2011. Akan tetapi, pada saat yang sama tercipta pula 1,2 juta kesempatan kerja berkat perkembangan teknologi informasi dan komunikasi.

Apabila dibandingkan, proporsi pekerja pada sektor informal lebih tinggi dibanding sektor formal. Pada 2014 proporsi pekerja sektor formal adalah 40,19% dari seluruh jumlah penduduk bekerja atau sekitar 47,49 juta pekerja. Proporsi ini meningkat menjadi 41,72% pada 2016, atau sekitar 50,34 juta orang yang bekerja di sektor formal. Sedangkan di sektor informal, jumlah pekerja pada 2014 sebesar 70,68 juta pekerja atau sebesar 59,81% dari total penduduk yang bekerja. Jumlah ini meningkat menjadi 70,31 juta orang atau 58,28% dari total penduduk bekerja pada 2016. Di sektor informal, proporsi penduduk bekerja dengan status berusaha sendiri ialah yang terbesar. Pada 2014, proporsinya sebesar 28,75%, setara dengan 20,32 juta pekerja. Jumlah ini meningkat menjadi 20,39 juta pekerja dengan status berusaha sendiri pada 2016.

### **Freelance: Peluang/Ancaman bagi Dunia Bisnis**

Sebagai proses dalam perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, internet telah memberikan manfaat yang nyata bagi para pekerja lepas (*freelancer*) khususnya sebagai sarana untuk mencari pekerjaan atau menjalani bisnis. Adapun bagi dunia bisnis, perkembangan internet serta kehadiran *freelancer* yang semakin marak dapat memberi kemudahan dalam mengakses sumberdaya manusia (SDM), khususnya untuk memenuhi kebutuhan tenaga kerja khusus (seperti ahli IT, desain grafis dan lain sebagainya) untuk menunjang performa pelayanan pada konsumen.

Sebelum perkembangan internet yang sedemikian pesat sebagaimana pada saat ini, profesi *freelancer* di Indonesia pernah dianggap sebelah mata. Akibatnya, dunia bisnis

(perusahaan) cenderung enggan menggunakan *freelancer* sebab takut dengan berbagai potensi risiko yang mungkin saja dialami. Namun seiring dengan waktu, meskipun anggapan miring ini belum sepenuhnya hilang, profesi *freelance* sudah mulai diterima serta menjadi bagian dari dunia usaha. Bahkan, sebuah iklan produk komersial di televisi dengan tagline *berkantor tidak melulu harus di ruang kantor*, memperlihatkan posisi *freelance* yang sudah selayaknya diperhitungkan di tengah dunia bisnis.

Lagi-lagi, perubahan atau pergeseran cara pandang ini juga berkat internet. Sekalipun sebagian masyarakat masih belum sepenuhnya mengakui posisi ini, tapi berbagai perusahaan telah mengakui pentingnya para *freelancer* dalam membantu berbagai aktivitas yang membutuhkan keahlian khusus, seperti pemrograman *web*, analisis data, desain visual dan lain sebagainya. Hal ini sejalan dengan hasil survei yang dilakukan *upwork* dalam *Future Workforce Report 2017*, yang menyebutkan sebanyak 84% perusahaan di dunia akan menunda atau membatalkan proyek, atau bahkan memperpanjang beban kerja bila mereka tak bisa menyewa *freelance* yang bisa membantu pekerjaannya.

Adapun berbagai manfaat lainnya yang bisa disebutkan, antara lain hemat, ide-ide/gagasan segar, tenaga terampil, fleksibel, dan pelayanan. *Pertama*, hemat. Perusahaan yang menyewa *freelancer* memiliki keuntungan finansial karena dapat menyewa *freelancer* berdasarkan proyek dalam jangka waktu terbatas. Perusahaan cukup membayar *freelancer* berdasarkan proyek dan tak perlu membayar beragam biaya tunjangan seperti yang diterima pegawai *full time*.

*Kedua*, ide-ide segar. *Freelancer* biasanya cenderung lebih bebas memberi masukan dan ide yang lebih objektif terhadap perusahaan yang menyewa jasanya, tanpa merasa takut terhadap struktur hierarki atau kebutuhan karir jangka panjang.

*Ketiga*, tenaga terampil. Hanya *freelancer* yang memiliki pengetahuan luas yang akan unggul dalam persaingan. Dalam hal ini, *freelancer* cenderung dipaksa mematangkan pengalamannya dalam berbagai kesempatan. Karena ia tidak punya ikatan pada suatu pekerjaan dan struktur, *freelancer* lebih memiliki peluang untuk berkembang

dibandingkan dengan pegawai *full time* yang terikat pada perusahaan atau jabatan. Selain itu, pengalaman *freelancer* yang pernah bekerja pada beragam perusahaan/klien merupakan kelebihan yang tersendiri dibanding dengan pegawai *full time*.

*Keempat*, fleksibel. Seorang *freelancer* lebih fleksibel secara waktu; kapan saja seorang *freelancer* diminta membantu proyek atau memberi masukan, ia akan berupaya guna memenuhi permintaan kliennya. *Freelancer* tidak terikat jam kerja sebagaimana pekerja di sektor formal. Pada umumnya, mereka selalu siap apabila klien membutuhkan bantuannya (Cohen, 2017).

*Kelima*, pelayanan. *Freelancer* yang baik senantiasa menjaga reputasinya, demi menjaga kepercayaan dari kliennya. Mereka berusaha disiplin pada *deadline* (tenggat waktu pekerjaan). *Freelancer* yang bergerak pada bidang desain, rancang bangun, agen penjualan, biasanya akan bekerja keras supaya bisa memenuhi target dan kualitas layanan atau standar hasil pekerjaan. Mereka tidak ingin reputasinya tercoreng dan tidak dipercaya lagi. Karena itulah, nama baik adalah salah satu aset penting seorang *freelancer*.

Jika melihat berbagai manfaat di atas, tentunya keberadaan *freelance* dapat menjadi sebuah peluang atau kesempatan dalam dunia bisnis pada umumnya serta bagi perusahaan/wirausahawan pada khususnya. Artinya, kehadiran mereka, yang akhir-akhir ini semakin dirasakan, dapat mengisi celah pola rekrutmen perusahaan yang cenderung kaku/formal, atau membantu tugas-tugas khusus perusahaan yang membutuhkan keahlian atau *skill* tertentu.

## PENUTUP

Pilihan untuk bekerja secara lepas (*freelance*) akhir-akhir ini menunjukkan tren peningkatan yang signifikan. Bagi perusahaan, penggunaan tenaga kerja lepas pun bisa memberi banyak manfaat, antara lain bisa memaksimalkan produktivitas karyawan dan perusahaan, efisiensi biaya rekrutmen, menambah gagasan-gagasan baru/segar (dari perspektif yang berbeda), dan meraih fleksibilitas terhadap waktu. Dengan melihat perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin pesat, kehadiran para pekerja lepas (*freelancer*) sejatinya dapat

dimanfaatkan oleh perusahaan yang memerlukan tenaga kerja dengan keahlian/keterampilan khusus yang tidak bisa dipenuhi oleh pegawai *full time*. Tentunya, kehadiran *freelance* ini bisa menjadi sebuah peluang bagi perkembangan dunia bisnis pada umumnya dan perusahaan/wirausahawan pada khususnya dalam memenuhi tenaga kerja dengan keahlian/keterampilan khusus.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Anggrian, Wahyu Meutia dan Antonious Widyatma Sumarlin. (2016). "Pengaruh Komitmen Tenaga Kerja Lepas terhadap Motivasinya dalam Perusahaan Keluarga di Sektor Informal". *Jurnal Manajemen Teknologi*, 15(2): 139153.
- Chandra, Claudia Pricilia. (2015). "The Adoption of E-Auction in Indonesia: The Extended Technology Acceptance Model Study". *iBuss Management*, 3(2): 423-433.
- Cohen, Nicole S. (2017). "Ventue Labor: Freelancing as the Good Life?" *International Journal of Communication*, Volume 11.
- Datta, Chowdhury and Chakraborty. (2005). "Viral Marketing: New Form of Word-of-Mouth through Internet". *Business Review*, 3(2) 69-75.
- Flew, Terry. (2005). *New Media*. Oxford University Press.
- Pavlik, John V. (1998). *New Media Technology: Cultural and Commercial Perspectives*. Boston: Allyn and Bacon.
- Situmorang, James R. (2012). "Pemanfaatan Internet Sebagai New Media dalam Bidang Politik, Bisnis, Pendidikan dan Sosial Budaya". *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(1): 73-87.
- Wahyudin, Uud dan Kismiyati El Karimah. (2016). *Etika Komunikasi di Media Sosial*. Prosiding Seminar Nasional Komunikasi.
- Angka Pekerja Freelancer Terus Melesat. (27 November 2017). Diakses dari: <https://tirto.id/angka-pekerja-freelancer-terus-melesat-cAMt>
- Kasali, Rhenald. (1 Januari 2017). *Tahun Pergumulan Internal*. Diakses dari: <https://ekonomi.kompas.com/read/2017/01/04/062351226/tahun.pergumulan.internal>
- Keuntungan dan Tips Mempekerjakan Freelancer. Diakses dari: <https://www.carajadikaya.com/keuntungan-dan-tips-mempekerjakan-freelancer/>
- Manyika, James. (Mei 2017). *Technology, Jobs, and The Future of Work*. Diakses dari: <https://www.mckinsey.com/global-themes/employment-and-growth/technology-jobs-and-the-future-of-work>
- Pekerja Freelance Milenial Indonesia Didominasi Pria. (27 April 2017). Diakses dari: <https://tirto.id/pekerja-freelance-milenial-indonesia-didominasi-pria-cnVL>
- Rasjid, Fadjar Efendy. (2014). Manfaat Internet untuk Dunia Bisnis. Diakses dari: [http://www.ubaya.ac.id/2014/content/articles\\_detail/28/Manfaat-Internet-untuk-Dunia-Bisnis.html](http://www.ubaya.ac.id/2014/content/articles_detail/28/Manfaat-Internet-untuk-Dunia-Bisnis.html)
- Steyerl, Hito. (Januari 2013). *Freedom from Everything: Freelancers and Mercenaries*. Diakses dari: <http://www.e-flux.com/journal/41/60229/freedom-from-everything-freelancers-and-mercenaries/>
- Tren Freelance di Indonesia. (7 Januari 2018). Diakses dari: <https://www.selasar.com/jurnal/41098/Tren-Freelance-di-Indonesia>
- Winastiti, Agnes. (2016). *Generasi Millennial dan Karakteristiknya*. Diakses dari: <https://student.cnnindonesia.com/edukasi/20160823145217-445-153268/generasi-millennial-dan-karakteristiknya/>