

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Ekonomi kreatif dewasa ini menjadi salah satu sektor dalam dunia ekonomi yang sangat menjanjikan bagi keberlangsungan perekonomian masyarakat. Sektor ini membuka banyak peluang bagi setiap individu tanpa batasan usia, tingkat pendidikan, suku, ras ataupun agama. Ekonomi kreatif hanya membutuhkan ide atau gagasan dari pelaku ekonomi untuk menjadi kekuatan dalam proses produksi dan distribusi suatu barang atau jasa. Riswanto, dkk (2023) mengakui bahwa ide atau gagasan memang merupakan fondasi penting dalam ekonomi kreatif, ide-ide kreatif menjadi dasar bagi pengembangan produk dan jasa yang inovatif dan berbeda dari yang lain. Namun, ide tersebut perlu diolah dan dikembangkan lebih lanjut agar dapat diimplementasikan dalam proses produksi dan distribusi.

Keberhasilan ekonomi kreatif biasanya cenderung ditentukan oleh sumber daya manusia yang berkualitas, inovatif dan kreatif serta sumber daya alam yang memadai dan bisa ditemui dalam skala waktu normal sesuai jenis usaha. Selain itu faktor seperti dukungan pemerintah, dan potensi pariwisata juga memiliki dampak yang besar terhadap peningkatan ekonomi kreatif disuatu tempat atau wilayah. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (2025) mengatakan keberhasilan ekonomi kreatif sangat dipengaruhi oleh SDM yang berkualitas, inovasi dan kreativitas, sumber daya alam yang memadai, dukungan pemerintah, dan potensi pariwisata. Ekonomi kreatif memiliki dampak positif yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi, peningkatan daya saing, pengembangan industri pendukung, serta pelestarian budaya.

Keberhasilan ekonomi kreatif sudah dirasakan oleh masyarakat Nusa Tenggara Timur secara khusus di Kota Kupang. Menurut Kepala Dinas Pariwisata Kota Kupang, sebagaimana dikutip dari situs resmi Timex Kupang pada Sabtu, 18 Mei 2024 bahwa jumlah usaha ekonomi kreatif di Kota Kupang sampai bulan April 2024 sebanyak 423 usaha ekonomi kreatif, dari 17 sub sektor dengan jumlah terbanyak ada pada sub sektor kriya dan kuliner, di ikuti oleh fashion, desain interior, fotografi, arsitek, seni rupa dan lainnya.” (Redaksi Timex Daerah NTT edisi 21 Mei 2024 <https://timexkupang.fajar.co.id/2024/05/21/pemasaran-digital-penting-bagi-ekonomi-kreatif/>). Dari jumlah usaha ekonomi kreatif, total anggaran belanja provinsi Nusa Tenggara Timur untuk ekonomi kreatif pada tahun 2024 mencapai Rp 10.898.617.360,-.

Ekonomi kreatif yang terus meningkat berdampak besar terhadap setiap individu yaitu meningkatnya pendapatan, peluang pengembangan diri, bahkan tempat untuk menampilkan ekspresi diri melalui berbagai karya. Dampak lanjut bagi masyarakat adalah pertumbuhan ekonomi yang sehat, penciptaan lapangan kerja, dan pelestarian budaya. Bahkan ekonomi kreatif yang berhasil bisa membuat suatu negara memiliki citra yang baik dan memperbaiki pendapatan negara sehingga pada akhirnya negara memiliki daya saing global yang kuat. Lestari dan Santoso (2022), yang meneliti peran ekonomi kreatif dalam peningkatan pendapatan negara melalui sektor pariwisata, menemukan bahwa ekonomi kreatif dapat meningkatkan jumlah wisatawan, memperpanjang masa tinggal wisatawan, dan meningkatkan pengeluaran wisatawan.

Salah satu model kerja yang sangat berkontribusi dalam peningkatan ekonomi kreatif adalah model kerja *Gig Economy*. Fleksibilitas dan berbagai peluang pada *Gig Economy* menjadi kekuatan yang bisa berdampak pada

peningkatan ekonomi kreatif. Para pekerja *Gig Economy* bisa mengakses pasar yang lebih luas dengan metode digital yang umumnya digunakan dalam model kerja *Gig Economy*. Selain itu, *Gig Economy* juga mengharuskan para pekerjanya untuk terus berinovasi sehingga melahirkan ide-ide baru yang dapat memperkuat bisnis itu sendiri yang akhirnya berpengaruh pada pertumbuhan UMKM di lingkungan dimana *Gig Economy* diterapkan. *Gig Economy* memiliki potensi besar untuk mendorong pertumbuhan ekonomi di Indonesia melalui akses pasar yang lebih luas, inovasi, dan penciptaan lapangan kerja (Kasali dan Prasetiantono, 2022).

Kamus daring Merriam-Webster (1996), mencantumkan etimologi kata "*gig*" yang menunjukkan asal-usulnya dari dunia musik pada awal abad ke-20. Musisi jazz di Amerika Serikat menggunakan kata "*gig*" sebagai singkatan dari "*engagement*". "*Engagement*" berarti keterlibatan atau pertunjukan musik dalam suatu acara. Seiring berjalannya waktu, penggunaan kata "*gig*" meluas di luar dunia musik. Istilah ini mulai digunakan untuk menggambarkan pekerjaan lepas atau sementara di berbagai bidang, tidak hanya di musik. Para musisi menggunakan istilah "*gig*" untuk menggambarkan pekerjaan mereka yang tidak tetap (Terkel, 1974).

Gig Economy merupakan suatu sistem ekonomi yang berfokus pada proyek-proyek jangka pendek, untuk membuat para pekerja tidak terikat secara permanen dengan satu perusahaan atau instansi saja. Model kerja ini memungkinkan para pelakunya untuk mengambil beberapa peluang sekaligus selama mereka bisa menerapkan manajemen diri yang benar agar semua proyek bisa terselesaikan dengan baik sesuai dengan kesepakatan dengan klien atau konsumen. Fleksibilitas dan peluang luas yang diperoleh oleh para pekerja *Gig Economy* memungkinkan mereka untuk berkolaborasi dengan sesama pelaku bisnis. Hal ini membuat mereka

bisa terus menciptakan inovasi baru yang akhirnya akan memperluas jangkauan mereka dan memperkuat bisnis yang sedang berjalan.

Model kerja *Gig Economy* yang memiliki keunggulan fleksibilitas pola kerja, mengontrol pekerjaan bahkan fleksibel mengenai tempat dan suasana bekerja ini menjadi hal yang sangat menarik minat masyarakat terkhususnya anak muda. Hal ini bisa mewujudkan keseimbangan hidup dengan kerja (*work life balance*) bagi pelaku *Gig Economy*. *Gig Economy* tidak memberikan syarat usia, level pendidikan apalagi suku, ras dan agama karena *Gig Economy* hanya berfokus kepada kemampuan atau ketrampilan dari calon pelaku *Gig Economy* untuk bisa berhasil dalam menjalankan tugasnya nanti (Karanovic et al dalam Prestianawati, dkk, 2023).

Secara statistic data pekerja *Gig Economy* di Kota Kupang belum tercatat dengan pasti, bahkan menurut Nugroho, dkk (2023) di Indonesia sendiri belum memiliki data pasti terkait pekerja *Gig Economy*. Namun, mengacu pada data yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik (2023) jumlah pekerja freelance di Indonesia mencapai 46,47 juta orang atau memiliki proporsi sebesar 32% dari total angkatan kerja yang mencaai 146,62 juta jiwa pada Februari 2023. Angka tersebut mengalami kenaikan yang cukup signifikan dibandingkan data tahun 2022 dimana terdapat 34 juta orang atau 24% dari jumlah angkatan kerja merupakan freelancer, data ini mempertegas pekerja *gig* yang tersebar di Indonesia. Penelitian Kayu, dkk (2019), Prestianawati, dkk (2023) "*Gig Economy* membantu negara untuk mengurangi kemiskinan dan menjadi salah satu solusi untuk masalah pengangguran".

Nugroho, dkk (2023) menyoroti beberapa faktor yang mendorong pertumbuhan *Gig Economy* di Indonesia, antara lain:

1. Fleksibilitas: Pekerja *gig* dapat mengatur waktu dan tempat kerja mereka sendiri, sehingga menarik bagi mereka yang mencari keseimbangan hidup dan kerja.
2. Peluang Penghasilan Tambahan: *Gig Economy* memberikan kesempatan bagi individu untuk mendapatkan penghasilan tambahan di luar pekerjaan utama mereka.
3. Akses ke Pasar Global: Platform digital memungkinkan pekerja *gig* untuk menawarkan jasa mereka kepada klien di seluruh dunia.

Selanjutnya Universitas Negeri Surabaya (2025) membahas mengapa generasi muda di Indonesia semakin tertarik dengan *Gig Economy*. Beberapa faktor yang disebutkan adalah:

1. Meningkatnya Pengangguran: Tingkat pengangguran yang tinggi, terutama di kalangan anak muda, mendorong mereka untuk mencari alternatif pekerjaan di *Gig Economy*.
2. Persaingan di Pasar Kerja Tradisional: Persaingan yang ketat di pasar kerja konvensional membuat *Gig Economy* menjadi pilihan yang menarik bagi mereka yang ingin memiliki kendali lebih besar atas karir mereka.

Gig Economy khususnya di Kota Kupang memang bukan merupakan suatu hal yang mustahil dilakukan, dewasa ini sudah banyak sekali pekerja *Gig Economy* di Kota Kupang yang semakin bisa berdiri kuat ditengah persaingan yang kian ketat. Kapabilitas menjadi faktor utama untuk menjalankan *Gig Economy*, jika tidak ada ketrampilan maka sebuah bisnis berjalan bisa langsung layu saat diterpa persaingan yang tiada henti. Dalam model kerja ini, ketrampilan yang menghasilkan ide dan

gagasan kreatif menjadi daya jual atau daya tarik terkuat bagi pelaku model kerja ini dimata para konsumen atau klien yang mereka jumpai.

Supardam dan Buhnari (2023) mengatakan bahwa kapabilitas dari sumber daya manusia adalah keseluruhan kemampuan yang dimiliki satu individu untuk memajukan sebuah perusahaan yang menaunginya. Day dalam Berliana (2018) menjelaskan bahwa kapabilitas merupakan proses untuk mengaplikasikan kemampuan, pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki oleh sumber daya manusia guna menjalankan sebuah strategi yang telah ditetapkan sehingga dapat memberikan nilai baik bagi perusahaannya. Maka dari penjelasan diatas dapat dikatakan bahwa kapabilitas disini seharusnya memiliki peran penting untuk menentukan berhasil atau gagal, dipuji atau dihinanya suatu bisnis dari sebuah perusahaan.

Intensi atau keinginan yang kuat dari dalam diri setiap individu menjadi faktor yang juga sangat kuat dan sangat penting jika ingin menyukkseskan model kerja *Gig Economy* pada praktek bisnis, kapabilitas atau ketrampilan saja tidak cukup untuk menjadi satu-satunya kekuatan dalam menjalankan sebuah bisnis apalagi yang bergerak dalam bidang kreatif. Keinginan dari dalam diri masing-masing individu sangat penting untuk individu bisa maksimal dalam mengerjakan satu proyek.

Seseorang yang memiliki kapabilitas yang mumpuni bisa melakukan dan menyelesaikan suatu proyek dengan baik dan sesuai dengan kesepakatan yang telah dibicarakan dengan konsumen atau klien, tetapi hanya intensi atau tekad dari dalam diri seseoranglah yang mampu membuat orang itu bisa mendorong dirinya sendiri bahkan mempengaruhi kelompok atau lingkungannya untuk terus belajar hal baru dan berani mengembangkan potensi yang dimiliki sehingga setiap waktu, inovasi

dan ide indah yang baru bisa terus bermunculan dan memperluas bisnis yang sedang berjalan.

Intensi juga cenderung mendorong seseorang untuk berani membuka pintu-pintu peluang yang bahkan mungkin belum pernah ada pihak lain yang berani membukanya, tekad baik yang timbul dari dalam diri seseorang biasanya membawanya lebih cepat untuk menggapai target yang telah ditetapkan karena perasaan menggebu dan bergejolak yang ada dalam dirinya akan membuat individu ini tidak bisa hanya berdiam diri dan harus selalu mencari cara agar target bahkan impian-impianya bisa terwujud dengan benar.

Tindakan membuka pintu-pintu peluang yang lain ini membuat pelaku model kerja *Gig Economy* akhirnya bisa bertemu dengan berbagai situasi bisnis, karakter pelaku bisnis lainnya dan bahkan bisa memahami berbagai jenis halangan yang akan dihadapi olehnya. Dalam hal ini, dengan sendirinya, sadar atau pun tidak sadar sebenarnya relasi atau networking dari pelaku *Gig Economy* ini perlahan mulai terbangun dengan arah yang jelas.

Networking atau relasi biasanya terbentuk saat satu individu bertemu dengan individu lain yang memiliki ketertarikan yang sama akan suatu hal seperti hobi, bidang atau bisnis yang digeluti, atau bahkan sekadar perasaan saling terhubung (chemistry) saat membicarakan suatu hal sehingga masing-masing individu merasa nyaman dan bebas saat berinteraksi satu sama lain sehingga timbul keinginan untuk terus menjaga dan menghargai relasi tersebut.

Networking biasanya memiliki sifat menguntungkan semua pihak yang terlibat, meskipun terkadang wujud keuntungan yang diperoleh oleh masing-masing pihak itu berbeda sesuai dengan kondisi atau kebutuhan pihak terkait, tetapi networking yang sehat seharusnya tidak merugikan salah satu pihak. Relasi yang

seringkali dinilai sebagai investasi jangka panjang ini, selain memperbanyak kenalan yang bisa saling menguntungkan, relasi juga memberikan peluang untuk pelaku bisnis bertemu dan belajar banyak hal baru, membangun kerjasama sehingga jika memungkinkan maka bisa memperluas jangkauan bisnis yang sedang berjalan dan mungkin akan memampukan pelaku bisnis untuk berani membuka bisnis baru setelah berbagi ilmu dengan sesama pelaku bisnis.

Relasi baik yang berhasil dibangun dan terjaga juga memudahkan pelaku bisnis untuk mendapatkan investor dan mitra kerja. Walaupun investasi merupakan praktek ekonomi yang seharusnya berfokus pada kekuatan keuangan perusahaan yang akan menerima investasi, nyatanya ada investor juga sangat mempersoalkan keyakinan terhadap pandangan orang lain, sikap individu, dan pengaruh sosial, Septyanto dalam Muhlisin (2020). Hal ini berarti, walaupun kondisi keuangan yang sehat dari sebuah perusahaan sangat penting, namun tanpa kepercayaan yang timbul dari relasi yang baik antara pelaku bisnis dengan investor maka tidak mungkin seorang investor akan memberikan investasinya pada perusahaan tersebut.

Selanjutnya, perusahaan atau bisnis yang berhasil membangun citra diri yang baik dan mampu menjaga relasi tidak akan kesulitan dalam menemukan mitra bisnis yang baik. Kepercayaan pihak lain yang timbul dari relasi yang terjaga dan berkualitas akan membawa pelaku bisnis atau perusahaan kepada peluang bermitra yang minim resiko pengkhianatan. Banyak mitra saat ini tidak hanya sekadar mencari sebuah produk atau jasa yang berkualitas tinggi, tetapi mereka juga membutuhkan nilai tambah secara emosional untuk bisa menaruh kepercayaan pada bisnis tersebut.

Kapabilitas, intensi dan networking yang bersatu pada model kerja *Gig Economy* baru bisa bekerja dengan maksimal jika adanya penerimaan dari konsumen atau klien terhadap jati diri pelaku bisnis tersebut. Konsep kerja ini memang tidak menuntut syarat pekerja berdasarkan usia, ras, suku, agama, level pendidikan, atau apapun latar belakang dari pelaku bisnis, tetapi jika konsumen atau klien memperlakukan tentang hal-hal tersebut maka akan sulit bagi pelaku bisnis untuk bisa memiliki pasar yang sehat. Maka dari itu, perlu adanya penerimaan dan penghargaan terhadap semua perbedaan yang ada di antara manusia yaitu inklusifitas.

Inklusifitas yang merupakan sebuah konsep kerja yang menjunjung tinggi perbedaan, pada konsep ini setiap individu yang terlibat harus memiliki hati yang mau menerima dan menghargai perbedaan sehingga setiap individu bisa mendapatkan peluang dan akses yang sama untuk keberlangsungan bisnis yang mereka bangun. Lebih dalam dari itu, lingkungan yang menerapkan inklusifitas harus mampu berperan aktif dalam menciptakan lingkungan yang penuh penerimaan dan penghargaan tanpa memperhitungkan seberapa besar perbedaan itu, sehingga berarti lingkungan yang inklusif juga harus mampu menghapus hambatan yang mencegah partisipasi penuh dari setiap individu karena alasan perbedaan yang tidak diterima dengan baik.

Jika berbicara mengenai perbedaan atau keberagaman, menurut "Panduan Kesetaraan dan Inklusifitas di Tempat Kerja" Asosiasi Pengusaha Indonesia (2020) ada 4 dimensi identitas manusia yaitu: (1) Kepribadian yang melingkupi sifat, kemampuan dan disabilitas; (2) Internal yang melingkupi usia, suku, gender; (3) Eksternal yang melingkupi status pernikahan, pengalaman kerja dan latar belakang pendidikan; (4) Organisasi yang melingkupi status manajemen, lokasi kerja dan

senioritas. Dari berbagai perbedaan inilah biasanya timbul diskriminasi atau sikap tidak mau menghargai perbedaan yang melekat pada diri masing-masing individu.

Inklusifitas sendiri mendapat perhatian khusus bahkan dari pemerintah sehingga terciptalah Undang-undang yang mengatur inklusifitas dalam dunia kerja yaitu dalam Ketentuan Umum tentang Anti Diskriminasi dan Kesetaraan. Pada Undang-undang ini jelas mengatur dan menyatakan bahwa tidak ada satupun alasan yang membenarkan individu mengalami penolakan atau ketidakadilan dalam bekerja yang dikarenakan latar belakang kehidupannya seperti yang sudah disebutkan pada berbagai penjelasan diatas. Dengan kata lain, apapun latar belakang kehidupan yang melekat pada diri seseorang lagi tidak melanggar norma dan hukum yang berlaku di Indonesia maka setiap individu berhak atas peluang kerja atau peluang bisnis yang sama dengan memperhitungkan kapabilitas, intensi dan networking yang dimiliki oleh individu tersebut.

Meskipun model kerja *Gig Economy* tidak mensyaratkan batas usia tertentu untuk bisa menjalankan model kerja ini, namun penelitian ini nantinya akan berfokus pada generasi milenial dan generasi z di Kota Kupang. Model kerja *Gig Economy* yang sebagian besar dilakukan secara online, inovasi yang harus terus diciptakan melalui pembaharuan kapabilitas, intensi dari dalam diri individu yang harus selalu dipupuk, relasi yang harus dibangun dan dijaga, dan kesediaan hati masing-masing individu untuk bersedia menerima dan menghargai perbedaan akan menjadi suatu peluang baik sekaligus menantang bagi generasi milenial dan generasi z khususnya di Kota Kupang, Nusa Tenggara Timur.

Model kerja *Gig Economy* memiliki persyaratan yang tidak menyulitkan dan berpeluang besar bagi setiap individu yang memiliki keterampilan dan keinginan untuk berusaha. *Gig Economy* yang sudah familiar di Kota Kupang dan

juga yang diangkat dalam penelitian ini yaitu profesi sebagai seorang Penyiar Televisi, seorang Fotografer, seorang Guru Les Pribadi, seorang Pengusaha di bidang kuliner, dan seorang Master of Ceremony.

Berdasarkan data awal wawancara, kelima pelaku profesi ini mengaku nyaman dengan pekerjaan mereka masing-masing dan menikmati perjuangan mereka sebagai seorang pekerja lepas karena model kerja ini menawarkan fleksibilitas dan rasa merdeka dalam diri mereka dimana mereka tidak perlu dengan terpaksa mengerjakan suatu proyek karena tekanan dari atasan, mereka juga mendapatkan kesempatan untuk bertemu dan membangun relasi dengan lebih banyak orang sehingga mereka bisa melihat dunia secara luas dari berbagai karakter manusia yang mereka temui. Mereka bahkan mengatakan hal yang hampir sama bahwa mungkin model kerja *Gig Economy* memiliki tingkat keamanan yang rendah bagi para pekerjanya, tetapi memiliki kesempatan yang sangat luas setiap saatnya.

Dinamika *Gig Economy* di Kota Kupang tergambar dari wawancara awal dengan beberapa pekerja bidang ini yaitu Photographer, Penyiar Televisi, Guru Les Pribadi, Pelaku UMKM bidang Kuliner dan Master of Ceremony. Seorang Photographer saat ditanya mengenai pendapatnya tentang fenomena *Gig Economy* di kota Kupang, mengatakan bahwa hingga saat ini banyak pekerja lepas pendatang baru yang juga menekuni bidang yang sama dengan dirinya, walaupun persaingan pada dunia Photographer di Kota Kupang ini dinilai masih tergolong sehat, namun mereka tetap harus bersedia 'berbagi roti' dikarenakan pasar di Kota Kupang yang belum semakin besar untuk memungkinkan mereka mendapatkan peluang yang lebih luas lagi "*Tidak tahu juga kalau ditanya berapa banyak freelance di kota Kupang, tetapi kalau photographer sekarang banyak yang baru apalagi anak kuliah, untungnya kita tidak pernah merebut klien pesaing tetapi kita saling*

mendukung, karena pada prinsipnya dalam dunia kerja seperti ini ada masa naik turunnya.” (F, Photographer).

Persaingan menjadi sebuah kepastian ketika semakin banyak orang menggeluti bidang yang sama, persaingan bisa menjadi sebuah ancaman yang mematikan namun bisa juga menjadi motivasi yang besar. Dalam wawancara awal bersama seorang Penyiar Televisi, ia menceritakan pengalamannya yang pernah ditegur mengenai penampilan fisiknya lalu hal itu mengharuskan dirinya untuk menjalani proses penurunan berat badan karena jika tidak bisa saja berbagai kesempatan tidak akan menjadi miliknya, namun ia mengaku menerima hal tersebut sebagai sebuah tindakan kasih dari rekannya demi kepentingan pekerjaannya sebagai seorang Penyiar Televisi televisi.

Penyiar Televisi televisi ini menambahkan bahwa peringatan itu walau sempat membuatnya tidak percaya diri namun ia memutuskan untuk menjadikan teguran itu sebagai motivasi untuk memberikan yang terbaik sebagai bentuk tanggung jawab terhadap tuntutan pekerjaannya. Seorang Penyiar Televisi ini juga membagikan ceritanya setelah berhasil menurunkan berat badan menjadi proposional, dirinya mendapatkan kesempatan yang lebih banyak untuk membawakan berbagai mata acara yang disiarkan pada stasiun televisi tersebut dan tentunya bisa bertemu dengan lebih banyak orang-orang hebat.

Seorang Penyiar Televisi menjelaskan bahwa diri sendiri berperan sangat penting untuk tetap menarik perhatian pelanggan, *“setiap selesai siaran saya selalu menonton kembali tayangannya untuk memastikan tidak ada kata-kata yang berlebihan atau tidak diperlukan dalam siaran saya tadi ataupun untuk melihat ekspresi saya saat membaca atau menyampaikan sebuah berita, saya juga sering menonton siaran dari para senior ditempat saya bekerja maupun dari stasiun*

televisi lainnya untuk menjadi acuan pembelajaran karena terkadang kita tidak langsung ditegur saat membuat kesalahan tetapi langsung tidak dimasukkan dalam jadwal menyiar.” (E, Penyiar Televisi Televisi).

Seorang guru les pribadi dalam bidang seni musik, dalam wawancara awal mengatakan bahwa sebagai seorang guru les pribadi, meskipun terkadang sudah merasa sangat lelah ia tetap harus terus memaksa dirinya untuk belajar agar metode maupun materi yang dibawakan tidak terasa kuno dan membosankan bagi para anak didiknya yang terbilang jauh lebih muda. Usahanya untuk terus memperbaharui pengetahuannya dan menyesuaikan dengan perkembangan zaman yang tentunya sesuai dengan usia anak didiknya, dapat dikategorikan sebagai sebuah intensi yang kuat sebagai seorang guru yang berusaha memberikan suasana dan kesan belajar yang menyenangkan bagi kliennya.

Berdasarkan wawancara awal dengan salah seorang pelaku *Gig Economy* dalam bidang kuliner, menjelaskan bahwa suka atau tidak suka, walaupun kelelahan dan terkadang sangat sulit, kemampuan dan pengetahuan mengenai produk modern harus terus diasah dan dibaharui agar penawaran yang diberikan bisa menarik perhatian klien sampai kepada tahap dealing untuk sebuah proyek dimenangkan. Ia juga menerangkan bahwa menurut pengalamannya, tidak ada yang bisa mengalahkan pentingnya kemampuan seseorang dalam menjalankan model kerja *Gig Economy*, ia menambahkan bahwa permintaan dari klien cenderung tidak menanyakan kesiapan dan kesanggupan terlebih dahulu, sejauh pengalamannya bahwa resiko kehilangan klien adalah sebuah kepastian jika ia tidak mampu memenuhi permintaan klien.

Dalam model kerja ini memang keputusan klien adalah yang terutama untuk menentukan apakah suatu kerjasama akan terjalin atau tidak, *"Pernah waktu itu klien request membuat menu viral semacam roti susu khas Thailand, tapi saya belum pernah mencoba resep itu sehingga saya menawarkan untuk pesanan ini dibuat minggu depan saja, pembelinya tidak menjawab WA dan sampai sekarang tidak pernah lagi belanja, padahal sebelumnya setidaknya-tidaknya dalam sebulan ada lah transaksi jajannya dia, saya ada rencana mau coba hubungi untuk menyapa tapi belum ada kesempatan yang baik dan tepat."* (W, Pelaku UMKM bidang Kuliner)

Kesadaran untuk terus mengasah kemampuan yang menjadi kekuatan terbesar dalam bekerja seharusnya dapat dengan mudah dinilai dari peningkatan kemampuan itu sendiri, *"sejauh pengalaman saya, kalau guru les pribadi itu diminta mengajar karena mereka lihat orangnya pintar dan sudah ada anak didiknya yang berhasil, dengan kepercayaan yang sebesar itu dari klien maka sudah pasti sebagai seorang guru saya juga belajar terus agar skill saya meningkat sehingga ilmu yang saya berikan juga memang berkualitas dan bisa melahirkan musisi-musisi yang hebat juga."* (E, Guru les pribadi). Pernyataan ini menggambarkan bahwa dalam model kerja ini, kemampuan seseorang menjadi kekuatan ataupun daya tarik terbesar untuk dapat dipekerjakan oleh klien yang tertarik dengan bidang yang digeluti.

Dalam model kerja ini tentunya kemampuan atau bakat tidak mampu menjadi satu-satunya faktor keberhasilan, sehingga seorang Pelaku UMKM bidang Kuliner mengatakan selain melatih kemampuan memasaknya, memasarkan produk dan membangun serta menjaga relasi baik dengan para calon pelanggan ataupun pelanggan setianya menjadi salah satu kunci kelancaran bisnisnya *"Saya bisa*

membuat makanan yang sesuai dengan permintaan pelanggan karena resep bisa saya pelajari berulang kali sampai menemukan perpaduan bahan-bahan makanan yang tepat komposisinya, tetapi memang kalau tanpa pelanggan-pelanggan setia yang bukan hanya membeli tapi juga bantu mempromosikan jualan saya kepada kenalan-kenalan mereka maka mungkin jualan saya belum laku sebanyak ini. Pernah ada seorang pelanggan yang melihat postingan saya di media sosial, setelah pesannya tiba dirumahnya dia menyantap dengan seisi rumah lalu memberikan review positif bagi saya karena merasa puas dengan rasa makanan dan juga pelayanan saya, beberapa minggu kemudian ada sekitar 3 atau 4 pesanan masuk dan saat saya tanya ternyata mereka diberitahu oleh pelanggan saya yang awal tadi dan mereka semua menjadi pelanggan setia saya sampai dengan saat ini.” (W, Pelaku UMKM bidang Kuliner)

Hal ini selaras dengan hasil wawancara awal dengan seorang Penyiar Televisi lepas pada stasiun televisi, ia mengatakan bahwa untuk menjadi bagian dari Penyiar Televisi lepas ini ia dihubungi langsung oleh para pemangku kepentingan di divisi terkait untuk dirinya berkenan bergabung dengan tim Penyiar Televisi lepas, ia mengatakan bahwa selain karena dirinya yang memiliki kemampuan, faktor relasi juga di yakini menjadi alasan terbesar untuk mendapatkan tawaran tersebut, relasi baik ini terjalin ketika ia menjalani program magang saat masa perkuliahan program sarjana di lembaga televisi tersebut, ia mengaku bahwa selama program magang ia berhasil membangun bonding dengan para pekerja tetap pada divisi yang bertanggung jawab atas Penyiar Televisi lepas.

Hal ini juga diperkuat lagi dengan wawancara awal bersama salah seorang Master of Ceremony di Kota Kupang, ia mengatakan bahwa dalam pekerjaannya sebagai seorang pemandu acara, ia hampir selalu tidak menemui kesulitan dalam

berkomunikasi dengan klien karena sudah saling mengenal sebelum proyek ditawarkan, ia menambahkan bahwa banyak dari kliennya ini mengetahui jasanya karena diperkenalkan oleh mantan klien atau oleh kenalan-kenalannya. Ia bahkan menegaskan bahwa ia melihat begitu banyak pemandu acara dengan kemampuan yang jauh diatas darinya namun dengan kekuatan relasi, ia masih mampu menarik perhatian banyak klien sambil terus mengusahakan dirinya terus berkembang.

Namun, master of Ceremony ini juga membagikan sisi lain mengenai relasi yang dialaminya dalam model kerja ini, *“saya memang banyak mendapatkan job MC karena dikenalkan oleh teman atau mantan klien, tetapi juga kalau bicara soal hubungan baik memang penting, kalau saya lebih kepada hubungan dengan para EO atau WO di Kupang. Sudah beberapa rekan saya, ada yang dekat sekali ada yang sebatas teman biasa mereka sudah minta saya untuk jadi MC diacara mereka seperti acara nikah atau acara kantor, tetapi karena EO dan WO sudah punya kenalan MC sendiri maka saya diganti, bahkan beberapa klien atau kenalan saya ini sudah bilang untuk MC tidak menjadi tanggungan EO atau WO atau istilahnya klien sudah ikhlas uang pakatnya dan bayar sendiri untuk saya bisa MC, tetapi ada saja usaha dari EO dan WO supaya MC yang jalan dengan mereka yang tampil, itu paling aneh dan menyebalkan tetapi begitulah dinamika kalau kenal orang.”*

Hasil wawancara lain bersama seorang Guru Les Pribadi juga menjelaskan mengenai kesulitan yang dialami karena kurangnya relasi baik yang bisa diandalkan. Guru Les ini mengungkapkan pemikirannya mengenai sedikit rasa penyesalannya tidak membuka diri sejak dulu agar bisa dikenal dan diingat oleh banyak orang sehingga memudahkan pemasaran penawaran jasa melatih music yang ia geluti sekarang ini. Namun, ia menambahkan bahwa hal tersebut menjadi pelajaran berharga bagi dirinya untuk melihat relasi sebagai suatu hal berharga yang

bisa menolong kita, mungkin belum sekarang tetapi akan kita butuhkan suatu saat nanti.

Relasi yang baik tentunya tercipta dari lingkungan yang kondusif, seorang Master of Ceremony menyampaikan *"Saya pertama kali menjadi MC saat saya berada dibangku SMA, sampai saat ini saya memiliki seorang partner MC yang usianya sekitar 20 tahun diatas saya dan sekitar 70% job MC saya selalu bersama dengannya, namun saya tidak pernah mengalami kendala dengan hal itu. Partner saya tidak pernah menganggap saya anak kecil yang hanya harus mengikuti semua petunjuknya dan klien saya pun tidak pernah melihat saya sebagai 'anak bawang' yang hanya ikut-ikutan, kami selalu mendapat tanggung jawab dan bayaran yang setara."* (D, Master of Ceremony). Karena dalam model kerja *Gig Economy*, semua yang terlibat berhak untuk dihargai tanpa memandang suku, ras, agama, usia maupun latar belakang kehidupannya dulu selama masa lalunya tidak berdampak langsung secara negative terhadap bidang kerjanya sekarang.

Dari hasil wawancara awal dengan lima orang informan yang bekerja sebagai Photographer, Guru Les Pribadi, Penyiar Televisi, Master of Ceremony, dan Pelaku UMKM bidang Kuliner ini, mereka menjelaskan pengalaman yang sama walau berbeda detail tentang bagaimana mereka merasa diterima tanpa harus mengalami diskriminasi tentang suku, ras, agama atau apapun latar belakang mereka sehingga rasa diterima ini membuat bersemangat untuk terus berkarya. Penjelasan lebih diberikan oleh seorang Master of Ceremony dimana dirinya menjelaskan tentang inklusifitas menurut pengalamannya pada bulan Agustus 2024 saat memandu sebuah acara pinangan adat Cina atau yang biasa dikenal dengan Sangjit.

Kliennya meminta secara pribadi untuk memandu acara penting mereka walau baik secara darah maupun fisik dirinya dapat langsung dikenali sebagai penduduk asli dan berdarah Timor, seorang Master of Ceremony ini mengungkapkan rasa bersyukur atas kesempatan berharga untuk memandu acara itu walaupun mereka berbeda. Ia lalu menambahkan bahwa saat awal mendiskusikan konsep acara, klien hanya meminta dirinya untuk mengutip beberapa kalimat bahasa Mandarin dan bahasa Inggris untuk sekadar menyapa para tamu undangan mereka, kesempatan dari penerimaan ini dipergunakan sambil berusaha memberikan yang terbaik agar tidak mengecewakan kliennya.

Hasil wawancara awal dengan kelima informan ini menjelaskan bahwa *Gig Economy* di Kota Kupang menunjukkan dinamika persaingan yang sehat di antara para pekerja lepas, dimana kemampuan dan inovasi menjadi kunci utama untuk menarik perhatian klien. Para pekerja *Gig Economy* menyadari pentingnya untuk terus mengembangkan diri, baik dalam hal kemampuan teknis maupun kemampuan membangun relasi dengan klien. Kemampuan yang terasah dengan baik menjadi daya tarik utama bagi klien, sementara relasi yang kuat membantu memperluas jaringan dan mendapatkan proyek. Selain itu, pentingnya kesetaraan dan penghargaan dalam *Gig Economy*, di mana semua pihak yang terlibat memiliki hak yang sama untuk dihargai tanpa memandang perbedaan usia, latar belakang, atau faktor lainnya. Dengan demikian, *Gig Economy* di Kota Kupang tidak hanya menawarkan fleksibilitas dan peluang, tetapi juga mendorong para pekerja untuk terus berinovasi dan meningkatkan kualitas diri agar dapat bersaing dan berhasil dalam pasar kerja yang semakin kompetitif.

Gig Economy merupakan profesi yang tidak membuat para pekerja terikat permanen dengan konsumen atau klien karena fleksibilitas dari profesi ini yang memungkinkan para pelaku usaha ini bisa mengambil beberapa peluang di waktu yang hampir bersamaan tanpa memikirkan office hours yang belum selesai, dengan kata lain bahwa profesi ini bisa memberikan hak penuh kepada pelaku usaha untuk menentukan waktu bekerjanya yang sesuai dengan permintaan kontrak jangka pendek dari konsumen.

Profesi ini pun sudah cukup sering ditemui di Kota Kupang terutama pada generasi milenial dan generasi Z. Berdasarkan latar belakang dan informasi awal serta beberapa temuan penelitian terdahulu, maka dilakukan sebuah penelitian dengan judul **“Faktor-Faktor Pendukung Keberhasilan Model Kerja *Gig Economy* Pada Generasi Milenial Dan Generasi Z Di Kota Kupang”**

1.2 Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, adapun masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Faktor-faktor apa saja yang mendorong generasi milenial dan generasi Z di Kota Kupang untuk memilih model kerja *Gig Economy*?
2. Bagaimana generasi milenial dan generasi Z di Kota Kupang memaknai dan mengalami keberhasilan dalam model kerja *Gig Economy*?
3. Tantangan-tantangan apa saja yang dihadapi oleh generasi milenial dan generasi Z di Kota Kupang dalam mencapai keberhasilan melalui model kerja *Gig Economy*?
4. Strategi apa saja yang digunakan oleh generasi milenial dan generasi Z di Kota Kupang untuk mengatasi tantangan dan mencapai keberhasilan dalam model kerja *Gig Economy*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah penelitian yang diangkat dalam penelitian ini, berikut tujuan dari penelitian ini, yaitu:

1. Mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor yang mendorong generasi milenial dan generasi Z di Kota Kupang untuk memilih model kerja *Gig Economy*
2. Memahami dan menginterpretasi pengalaman subjektif generasi milenial dan generasi Z di Kota Kupang dalam mencapai keberhasilan melalui model kerja *Gig Economy*
3. Mengungkapkan dan menganalisis tantangan-tantangan yang dihadapi oleh generasi milenial dan generasi Z di Kota Kupang dalam mencapai keberhasilan melalui model kerja *Gig Economy*
4. Mengidentifikasi dan menganalisis strategi-strategi yang digunakan oleh generasi milenial dan generasi Z di Kota Kupang untuk mengatasi tantangan dan mencapai keberhasilan dalam model kerja *Gig Economy*

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian bagi kepentingan teoritis atau ilmu pengetahuan dan juga bagi kepentingan praktis, yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan mampu untuk memberikan sumbangsi pengetahuan mengenai pengaruh kapabilitas, intensi, dan networking dengan inklusifitas sebagai variable moderator dalam upaya untuk meningkatkan ekonomi kreatif melalui model kerja *Gig Economy* disuatu lingkungan bisnis.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat membantu penulis untuk lebih memahami praktik kapabilitas, intensi, dan networking dengan inklusifitas sebagai variable moderator dalam upaya untuk meningkatkan ekonomi kreatif melalui model kerja *Gig Economy* disuatu lingkungan bisnis dan diharapkan juga menjadi bahan rujukkan bagi pembaca untuk menerapkan praktik tersebut demi terciptanya keberhasilan *Gig Economy* untuk mendukung ekonomi kreatif dan juga sebagai bahan acuan untuk peneliti selanjutnya.