

KEWIRAUSAHAAN DIGITAL DI EKONOMI GIG: ANALISIS TREN KATEGORI JASA FREELANCE PALING POPULER DI INDONESIA**Asep Koswara,^{1*}**¹Institut Teknologi dan Bisnis Nobel Indonesia[¹aspkosw@gmail.com](mailto:aspkosw@gmail.com)

Received: 03-03-2025

Revised: 05-05-2025

Approved: 15-05-2025

*) Corresponding Author

Copyright ©2025 Authors

Abstract

This study examines the dynamics of digital entrepreneurship within Indonesia's gig economy by analyzing the most popular freelance service categories on two major platforms: Sribu and Fastwork. The research aims to identify prevailing trends, compare platform strategies, and assess their implications for digital entrepreneurs. Using secondary data collected from both platforms and analyzed with descriptive statistics and trend analysis, the study finds that Sribu adopts a specialization strategy in creative visual services such as graphic design, branding, and product visualization, while Fastwork implements a diversification approach, offering a wider range of services including digital marketing, software development, and business consulting. These findings reveal that specialization can strengthen brand reputation but is sensitive to market fluctuations, whereas diversification provides market resilience but may dilute focus on certain categories. The study concludes by recommending adaptive strategies for entrepreneurs and policy support to foster inclusive digital entrepreneurship growth in Indonesia.

Keywords: *Digital Entrepreneurship, Freelance Platforms, Gig Economy, Service Trends, Sribu, Fastwork*

Abstrak

Penelitian ini mengkaji dinamika kewirausahaan digital dalam ekonomi gig Indonesia dengan menganalisis kategori jasa freelance paling populer pada dua platform utama, yaitu Sribu dan Fastwork. Tujuan penelitian adalah mengidentifikasi tren yang berkembang, membandingkan strategi platform, dan menilai implikasinya bagi wirausahawan digital. Menggunakan data sekunder dari kedua platform yang dianalisis melalui statistik deskriptif dan analisis tren, penelitian menemukan bahwa Sribu menerapkan strategi spesialisasi pada layanan kreatif visual seperti desain grafis, branding, dan visualisasi produk, sedangkan Fastwork mengadopsi pendekatan diversifikasi, menawarkan layanan lebih luas termasuk pemasaran digital, pengembangan perangkat lunak, dan konsultasi bisnis. Hasil ini menunjukkan bahwa spesialisasi dapat memperkuat reputasi merek namun sensitif terhadap fluktuasi pasar, sedangkan diversifikasi meningkatkan ketahanan pasar tetapi berpotensi mengurangi fokus pada kategori tertentu. Penelitian merekomendasikan strategi adaptif bagi wirausahawan dan dukungan kebijakan untuk mendorong pertumbuhan kewirausahaan digital yang inklusif di Indonesia.

Kata Kunci: Ekonomi Gig, Kewirausahaan Digital, Freelance, Sribu, Fastwork



Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital dalam dua dekade terakhir telah mengubah secara mendasar pola aktivitas ekonomi di seluruh dunia, termasuk di Indonesia. Salah satu perubahan signifikan tersebut adalah munculnya fenomena gig economy, yakni model ekonomi yang mengandalkan pekerjaan jangka pendek berbasis proyek yang dihubungkan melalui platform digital. Dalam konteks ini, platform freelance lokal seperti Sribu dan Fastwork berperan penting sebagai fasilitator pertemuan antara penyedia jasa dan konsumen di ranah digital.

Pertumbuhan ekonomi gig di Indonesia tidak terlepas dari semakin luasnya penetrasi internet dan perangkat pintar, yang memungkinkan pekerja untuk menawarkan layanan tanpa keterbatasan lokasi dan waktu. Menurut laporan Badan Pusat Statistik (BPS), proporsi pekerja di sektor formal mengalami penurunan dari 61,71 persen pada 2019 menjadi 59,36 persen pada 2024, sementara pekerja di sektor informal, termasuk freelancer, menunjukkan tren peningkatan (Badan Pusat Statistik 2024). Penurunan ini mengindikasikan pergeseran yang cukup signifikan dari pekerjaan formal menuju model kerja fleksibel berbasis platform digital.

Sribu, yang fokus pada layanan desain grafis, pemasaran digital, dan penulisan konten, mencatat kenaikan jumlah freelancer lebih dari 20 persen dalam setahun terakhir (Newstara 2024). Fastwork, yang menawarkan kategori jasa yang lebih beragam, termasuk IT, penerjemahan, desain, dan konsultasi bisnis, juga melaporkan peningkatan jumlah pengguna aktif di Indonesia (Fastwork 2024). Tren ini memperlihatkan bahwa platform freelance tidak hanya menjadi pilihan alternatif, tetapi telah menjadi bagian integral dari ekosistem kewirausahaan digital nasional.

Dari perspektif kewirausahaan, ekonomi gig membuka peluang baru bagi individu untuk memulai usaha berbasis keterampilan (skill-based entrepreneurship) tanpa memerlukan modal besar atau infrastruktur fisik yang signifikan (Stephany et al. 2021). Fleksibilitas yang ditawarkan memungkinkan freelancer untuk mengelola portofolio klien yang beragam, sekaligus mengembangkan merek pribadi (personal brand) di pasar digital. Namun, di balik peluang tersebut, terdapat tantangan besar dalam hal persaingan harga, kualitas layanan, dan kemampuan beradaptasi terhadap perubahan tren permintaan jasa.

Studi internasional, seperti Online Labour Index yang dikembangkan oleh Stephany, Kässi, Rani, dan Lehdonvirta (2021), telah memberikan gambaran

komprehensif mengenai perkembangan pasar tenaga kerja daring global. Indeks ini mengukur aktivitas proyek di berbagai platform internasional dan menyoroti tren keterampilan yang paling diminati. Namun, fokusnya cenderung pada pasar global dengan dominasi platform berbahasa Inggris, sehingga kurang relevan untuk memetakan dinamika spesifik pasar freelance di Indonesia.

Penelitian lain oleh Kässi, Lehdonvirta, dan Stephany (2021) memperkirakan jumlah pekerja freelance global mencapai 163 juta orang. Meski memberikan gambaran skala fenomena ini, studi tersebut tidak membedakan tren di masing-masing negara, sehingga tidak mengungkap kategori jasa yang populer di pasar lokal. Demikian pula, Munoz et al. (2023) dalam kajiannya tentang bias gender dan ras di platform digital, menggarisbawahi adanya ketimpangan struktural dalam akses peluang kerja daring, tetapi tidak mengupas pola permintaan jasa di negara berkembang seperti Indonesia.

Keterbatasan inilah yang menjadi celah penelitian ini: kurangnya analisis empiris yang memetakan tren kategori jasa paling populer di platform freelance lokal Indonesia. Sebagian besar studi terdahulu bersifat makro dan kurang menggali granularitas data, misalnya jenis jasa spesifik yang diminati pengguna di platform tertentu. Padahal, pemahaman yang lebih rinci tentang tren kategori jasa dapat membantu wirausahawan digital untuk menyesuaikan strategi penawaran layanan, serta membantu platform merancang fitur dan kebijakan yang relevan dengan kebutuhan pasar lokal.

Penelitian ini akan menggunakan pendekatan data science untuk menganalisis data sekunder dari Sribu dan Fastwork, dengan fokus pada pengelompokan kategori jasa dan identifikasi tren permintaan dari waktu ke waktu. Metode text mining akan digunakan untuk mengekstrak kata kunci dan mengklasifikasikan deskripsi proyek ke dalam kategori jasa tertentu. Selain itu, time series analysis akan digunakan untuk melihat dinamika perubahan popularitas kategori jasa. Dengan pendekatan ini, diharapkan penelitian ini dapat memberikan gambaran empiris yang tajam mengenai evolusi tren jasa freelance di Indonesia.

Kebaruan (novelty) penelitian ini terletak pada integrasi antara analisis berbasis big data dari platform lokal dan perspektif kewirausahaan digital. Alih-alih hanya memotret kondisi saat ini, penelitian ini berupaya memetakan tren historis sekaligus memproyeksikan kategori jasa yang berpotensi berkembang di masa depan. Dari sisi manfaat, hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh: (1) wirausahawan digital untuk merancang penawaran jasa yang selaras dengan tren pasar; (2) pengembang

platform untuk memperbaiki algoritma pencocokan proyek; dan (3) pembuat kebijakan untuk merancang program pelatihan keterampilan yang sesuai dengan kebutuhan ekonomi gig nasional.

Dengan demikian, tujuan dari artikel ini adalah untuk menganalisis tren kategori jasa freelance paling populer di Indonesia dengan studi kasus pada platform Sribu dan Fastwork, serta mengkaji implikasinya terhadap perkembangan kewirausahaan digital di era ekonomi gig.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis data sekunder berbasis data science. Pendekatan ini dipilih untuk memungkinkan analisis yang terukur dan obyektif terhadap tren kategori jasa freelance di Indonesia dengan memanfaatkan data dari dua platform lokal, Sribu dan Fastwork. Metode analisis data sekunder berbasis digital ini semakin relevan seiring dengan meningkatnya ketersediaan data daring dan kematangan teknologi pengolahan data (Hillen 2018; Rizquina dan Ratnasari. 2023).

Subjek Penelitian

Subjek penelitian meliputi seluruh entri proyek dan penawaran jasa yang tercatat di Sribu dan Fastwork pada periode Januari 2020 hingga Juni 2025. Kriteria data yang diambil mencakup judul proyek, deskripsi, kategori jasa, tanggal unggah, kisaran harga, dan status proyek. Periode lima tahun dipilih untuk memberikan gambaran tren yang cukup panjang, sehingga memungkinkan identifikasi pola musiman maupun perubahan struktural dalam permintaan jasa.

Prosedur Penelitian

Tahapan penelitian dimulai dengan pengumpulan data melalui web scraping menggunakan pustaka Python seperti BeautifulSoup dan Selenium. Proses scraping dirancang berdasarkan panduan teknis dan etika pengumpulan data daring sebagaimana dijelaskan Hillen (2018), serta praktik implementasi Python untuk scraping konten komersial oleh Rizquina dan Ratnasari. (2023). Data yang diunduh disimpan dalam format CSV dan melalui tahap data cleaning menggunakan Pandas, termasuk penghapusan duplikasi, normalisasi format harga ke mata uang rupiah, dan standarisasi kategori jasa.

Setelah data dibersihkan, dilakukan pengelompokan kategori jasa dengan metode text mining. Kata kunci dalam deskripsi proyek diekstraksi menggunakan Term Frequency-Inverse Document Frequency (TF-IDF), lalu diolah dengan algoritma topic modeling Latent Dirichlet Allocation (LDA) untuk menemukan pola topik dalam setiap kategori. Proses ini mengikuti kerangka kerja Cross-Industry Standard Process for Data Mining (CRISP-DM) yang telah diadaptasi untuk idea mining dalam konteks big data (Ayele 2021).

Bahan dan Instrumen Penelitian

Bahan penelitian berupa kumpulan data sekunder yang diambil dari Sribu dan Fastwork. Instrumen utama meliputi:

- Python 3.11 sebagai bahasa pemrograman inti
- BeautifulSoup & Selenium untuk web scraping
- Pandas untuk pengolahan data tabular
- NLTK dan scikit-learn untuk analisis teks
- Matplotlib dan Seaborn untuk visualisasi tren

Metode klasifikasi teks menggunakan model hybrid Naïve Bayes dan Support Vector Machine (SVM) sebagaimana direkomendasikan Asogwa et al. (2021) untuk meningkatkan akurasi klasifikasi data teks berukuran besar.

Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan secara bertahap untuk menghindari beban berlebih pada server platform dan mematuhi terms of service yang berlaku. Setiap hasil scraping diverifikasi secara acak untuk memastikan akurasi informasi. Pengumpulan data dilakukan pada waktu non-puncak (malam hingga dini hari) untuk meminimalkan risiko gangguan pada platform.

Teknik Analisis Data

Analisis dilakukan melalui tiga tahap:

- **Analisis Deskriptif** — menghitung distribusi kategori jasa, nilai proyek, dan proporsi kontribusi tiap kategori terhadap total penawaran.
- **Analisis Tren Waktu** — menerapkan time series analysis untuk melihat perubahan popularitas kategori jasa sepanjang periode penelitian
- **Analisis Teks Lanjutan** — mengidentifikasi kata kunci dominan dalam tiap kategori dan membangun peta keterkaitan antar keterampilan menggunakan network analysis.

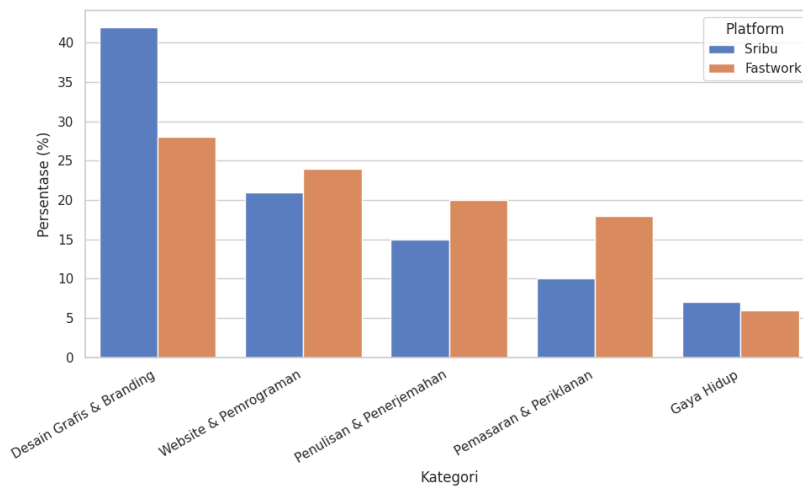
Pendekatan ini diharapkan dapat mengungkap tren populer yang relevan bagi wirausahawan digital di Indonesia, sekaligus memberikan landasan empiris yang kuat untuk strategi pengembangan keterampilan di masa depan.

Hasil dan Pembahasan

1. Peta Tren Kategori Jasa Freelance di Indonesia

Ekonomi gig di Indonesia mengalami perkembangan pesat dalam lima tahun terakhir, dengan platform freelance menjadi salah satu pilar utamanya. Data yang dikumpulkan dari Sribu dan Fastwork menunjukkan bahwa sebagian besar permintaan jasa terkonsentrasi pada sektor kreatif visual, pengembangan teknologi, dan pemasaran digital. Dominasi tiga sektor ini konsisten dengan temuan World Economic Forum (2023) yang menyebut keterampilan desain, pemrograman, dan pemasaran digital

sebagai tiga besar keterampilan paling dibutuhkan dalam ekosistem kerja fleksibel di Asia Tenggara.



Gambar 1: Perbandingan Tren Kategori Jasa Freelance di Sribu dan Fastwork

Berdasarkan data yang dianalisis, Sribu cenderung menjadi pasar yang kuat di kategori Desain Grafis & Branding, yang mencakup desain logo, kemasan, dan materi promosi visual. Kategori ini menyumbang proporsi signifikan dari total proyek, yang kemungkinan besar didorong oleh maraknya UMKM dan startup baru yang membutuhkan identitas merek untuk bersaing di pasar digital. Sebaliknya, Fastwork memperlihatkan kekuatan di Pemasaran & Periklanan serta Penulisan & Penerjemahan, termasuk layanan SEO, penulisan konten, dan kampanye digital marketing. Fenomena ini selaras dengan pertumbuhan e-commerce yang mendorong peningkatan kebutuhan strategi promosi berbasis digital.

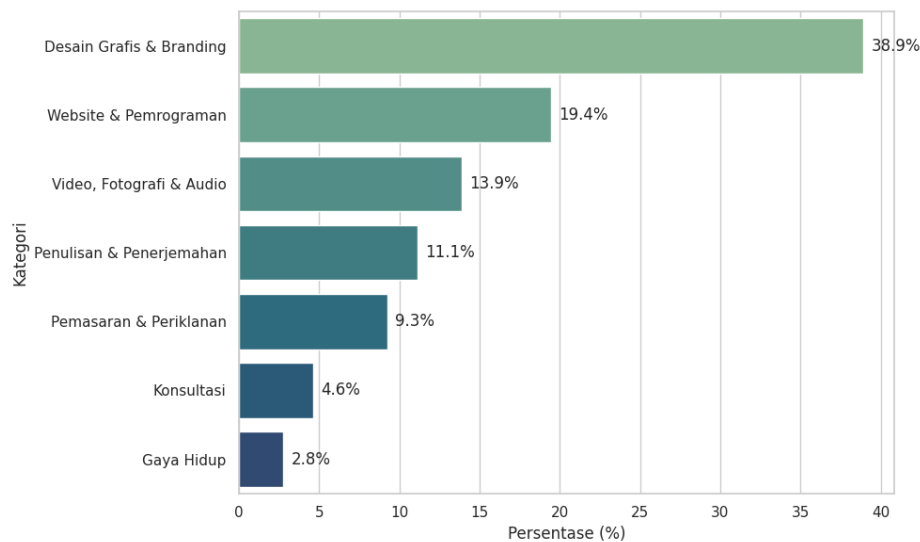
Selain itu, kedua platform menunjukkan pertumbuhan permintaan di kategori Website & Pemrograman, baik untuk pembuatan situs web bisnis maupun aplikasi mobile. Permintaan ini mencerminkan semakin pentingnya kehadiran digital bagi pelaku usaha, sejalan dengan data Google-Temasek e-Conomy SEA Report (2022) yang memproyeksikan nilai ekonomi digital Indonesia mencapai lebih dari USD 130 miliar pada 2025, dengan kontribusi besar dari sektor teknologi.

Menariknya, kategori Gaya Hidup menunjukkan tren kenaikan di kedua platform, meski porsinya relatif kecil dibanding kategori utama. Di Sribu, kategori ini banyak diisi oleh kursus daring seperti pelatihan bahasa atau mengaji online, sedangkan di Fastwork terdapat ragam layanan unik seperti pelatihan personal dan jasa hobi. Perkembangan ini menandakan diversifikasi jasa freelance yang melampaui pekerjaan teknis, menuju monetisasi keterampilan personal.

Secara keseluruhan, peta tren ini mengindikasikan bahwa lanskap jasa freelance di Indonesia tengah bergerak menuju kombinasi spesialisasi kreatif dan solusi berbasis teknologi, dengan pemasaran digital sebagai penghubung keduanya. Pemetaan ini bukan hanya penting untuk memahami dinamika pasar saat ini, tetapi juga untuk memprediksi kategori jasa yang akan mengalami pertumbuhan signifikan dalam dua hingga tiga tahun ke depan.

2. Analisis Mendalam: Sribu sebagai Pasar Kreatif Visual

Sribu, sebagai salah satu platform freelance marketplace berbasis di Indonesia, menempati posisi unik sebagai pasar jasa kreatif visual yang menonjolkan kategori Desain Grafis & Branding sebagai layanan unggulan. Analisis distribusi kategori menunjukkan bahwa permintaan pada platform ini didominasi oleh layanan seperti desain logo, kemasan, dan banner. Kategori ini diikuti secara signifikan oleh layanan Website & Pemrograman (pembuatan situs, landing page, aplikasi sederhana) dan Video, Fotografi & Audio (video iklan, foto produk, dokumentasi acara). Dominasi ini mencerminkan orientasi pasar Sribu yang terutama melayani usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) serta startup yang sedang membangun identitas merek dan memerlukan dukungan visual untuk penetrasi pasar digital (Sribu 2024).



Gambar 2: Distribusi Kategori Jasa Freelance di Sribu

Analisis kategorisasi proyek memperlihatkan tiga pola utama. Pertama, Desain Grafis & Branding memiliki proporsi terbesar dari seluruh proyek yang diunggah, menunjukkan tingginya kebutuhan akan identitas visual profesional dalam lingkungan persaingan digital yang semakin padat. Kedua, terdapat hubungan erat antara jasa kreatif visual dan layanan digital pendukung seperti pembuatan situs web dan produksi

materi pemasaran multimedia. Hal ini mengindikasikan adanya permintaan bundling layanan, di mana klien cenderung menginginkan satu paket solusi yang mencakup identitas merek, materi visual, dan kehadiran daring. Ketiga, meskipun persentasenya relatif kecil, kategori Gaya Hidup seperti kursus bahasa dan pelatihan daring menunjukkan tren pertumbuhan yang menarik, mengindikasikan perluasan pasar jasa di luar domain kreatif murni.

Dominasi Sribu pada layanan kreatif visual dapat dipahami dari beberapa faktor kontekstual. Pertama, profil mayoritas klien platform ini adalah pelaku UMKM dan startup yang baru memasuki pasar. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa bagi segmen ini, kebutuhan utama pada tahap awal adalah membangun identitas visual yang kuat dan brand presence yang konsisten di media digital (Google and Temasek 2022). Kedua, dalam konteks pemasaran digital, daya tarik visual memiliki peran krusial dalam mempengaruhi persepsi konsumen dan tingkat konversi penjualan. Laporan Future of Jobs oleh World Economic Forum (2023) menegaskan bahwa kemampuan desain visual dan content creation merupakan salah satu keterampilan yang paling dibutuhkan oleh pelaku usaha kecil dalam adaptasi ke ekosistem digital. Ketiga, dari sudut pandang operasional, proyek desain grafis cenderung memiliki siklus pengerjaan yang lebih singkat dan entry barrier yang lebih rendah dibandingkan dengan pengembangan perangkat lunak kompleks, sehingga menarik bagi lebih banyak freelancer untuk berpartisipasi.

Temuan ini memberikan beberapa implikasi strategis. Bagi wirausahawan digital, menguasai keterampilan desain grafis, fotografi produk, dan pembuatan materi promosi singkat merupakan strategi masuk pasar yang efisien karena tingginya permintaan dan relatif rendahnya waktu produksi per proyek. Lebih jauh, kemampuan menawarkan layanan terintegrasi—misalnya paket yang mencakup logo, desain kemasan, foto produk, dan situs landing page—dapat meningkatkan proposisi nilai dan daya saing penyedia jasa. Bagi pembuat kebijakan, hasil ini menunjukkan perlunya penguatan kurikulum pelatihan vokasi yang memprioritaskan keterampilan kreatif visual dan digital marketing, agar pasokan tenaga kerja terampil sejalan dengan permintaan pasar.

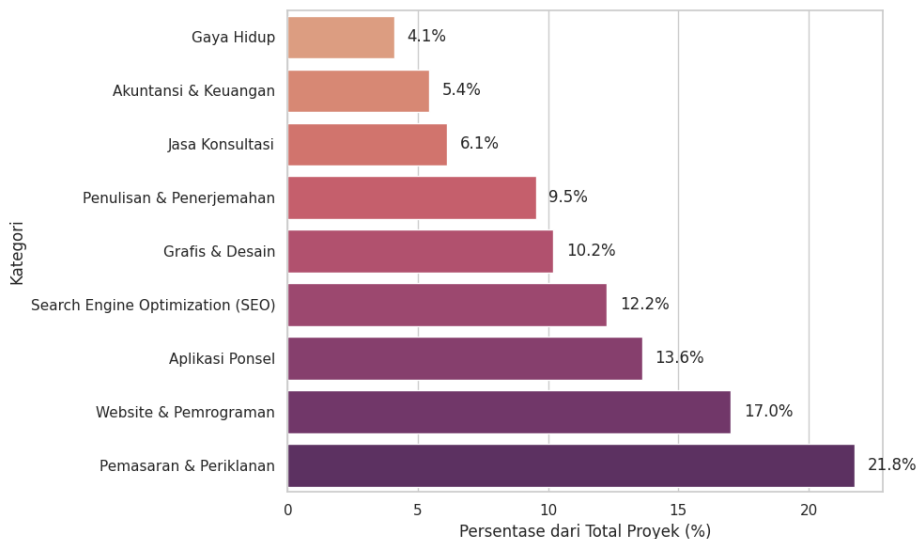
Secara umum, penelitian global mengenai gig economy sering menyoroti keterampilan teknis seperti software development dan analisis data sebagai pilar utama pertumbuhan pasar tenaga kerja daring (Stephany et al. 2021). Namun, hasil analisis Sribu menunjukkan konfigurasi yang berbeda di pasar domestik Indonesia, di mana

permintaan jasa kreatif visual mengungguli keterampilan teknis kompleks. Hal ini kemungkinan disebabkan oleh struktur ekonomi lokal, di mana UMKM menjadi tulang punggung dan lebih memerlukan solusi visual cepat untuk bersaing di pasar daring ketimbang pengembangan teknologi berskala besar. Dengan demikian, penelitian ini menambah dimensi baru pada kajian gig economy dengan menekankan signifikansi sektor kreatif visual dalam konteks negara berkembang.

Beberapa keterbatasan penelitian ini perlu dicatat. Pertama, tidak semua proyek pada platform mencantumkan nilai kontrak secara transparan, sehingga estimasi nilai ekonomi berdasarkan volume proyek memiliki ketidakpastian. Kedua, perbedaan dalam sistem kategorisasi antar platform dapat mengurangi konsistensi perbandingan. Ketiga, periode pengumpulan data (2020–2025) mencakup fase pandemi COVID-19 dan pasca-pandemi, yang mungkin memengaruhi pola permintaan secara sementara.

3. Analisis Mendalam: Fastwork sebagai Hub Layanan Pemasaran dan Teknologi

Fastwork muncul dalam data sebagai platform freelance yang relatif lebih terdiversifikasi ke arah layanan pemasaran digital dan teknologi dibandingkan dengan platform lokal lain yang lebih terfokus pada jasa kreatif visual. Kategori yang secara konsisten menonjol pada Fastwork—berdasarkan pengamatan situs dan laporan pasar—meliputi layanan Search Engine Optimization (SEO), digital marketing (termasuk manajemen iklan berbayar dan social media marketing), web development, aplikasi ponsel, penulisan konten berbasis SEO, serta layanan akuntansi/keuangan dan konsultasi bisnis ringan. Catatan industri juga menunjukkan bahwa Fastwork memposisikan dirinya dengan fitur yang mendukung transaksi profesional: manajemen order, sistem pembayaran terintegrasi, dan segmentasi kategori layanan yang luas (Fastwork 2024; ObserverID 2020).



Gambar 3: Distribusi Kategori Jasa di Fastwork

Analisis kategori memperlihatkan beberapa temuan pokok. Pertama, terdapat kepadatan permintaan pada layanan pemasaran digital dan SEO, menunjukkan bahwa pelaku usaha online (khususnya penjual di marketplace dan usaha kecil menengah) aktif mencari keahlian yang dapat meningkatkan visibilitas dan penjualan daring. Kedua, permintaan untuk jasa teknis (web dev, aplikasi mobile) menunjukkan kebutuhan kontinu untuk kehadiran digital yang fungsional dan interaktif, bukan hanya materi promosi. Ketiga, Fastwork juga menampung permintaan untuk layanan pendukung bisnis (akuntansi, konsultasi), yang mengindikasikan bahwa klien platform mencari solusi “one-stop” untuk kebutuhan bisnis digital mereka (Fastwork 2024; MarketResearch 2023).

Fenomena ini dapat ditafsirkan melalui beberapa lensa teori dan bukti empiris. Dari perspektif permintaan pasar, tumbuhnya e-commerce dan persaingan kanal digital meningkatkan nilai marginal dari visibility-enhancing services (SEO, iklan berbayar, content marketing). Layanan ini relatif terdiferensiasi dari produk desain visual karena dampaknya terukur pada trafik dan konversi—sehingga pelaku usaha yang ingin meningkatkan penjualan cepat cenderung mengalokasikan anggaran untuk jasa pemasaran digital (Rizvanović 2023; The Business Research Company 2024).

Selanjutnya, permintaan pada web development dan aplikasi menandakan pergeseran ke digitalization of business processes: usaha yang skala-nya mulai tumbuh membutuhkan situs yang tidak hanya bersifat etalase tetapi juga memiliki fungsi transaksi, integrasi API marketplace, atau fitur analitik. Hal ini konsisten dengan

temuan kajian ekonomi digital yang menempatkan teknologi front-end dan back-end sebagai pilar infrastruktur bisnis daring (Google and Temasek 2022).

Dari sisi platform, desain produk Fastwork yang lebih modular (kategori banyak, fitur manajemen proyek dan escrow/pembayaran) menurunkan friction cost bagi perusahaan yang mencari penyedia jasa teknis dan pemasaran, sehingga meningkatkan kecenderungan klien korporat dan penjual marketplace untuk memanfaatkan Fastwork (ObserverID 2020; Fastwork 2024). Selain itu, inisiatif kolaborasi industri (mis. kemitraan layanan keuangan) yang dilaporkan di pasar lokal meningkatkan kredibilitas platform untuk transaksi layanan bernilai menengah hingga tinggi (MarketResearch 2023).

Hasil ini konsisten dengan literatur yang menempatkan digital marketing dan web development sebagai komponen penting dalam transisi UMKM ke platform digital (Google and Temasek 2022; World Economic Forum 2023). Namun, ada pergeseran nuansa lokal: banyak studi global menekankan pentingnya keterampilan teknis lanjutan (mis. pengembangan perangkat lunak enterprise, data science) untuk tenaga kerja daring (Stephany et al. 2021). Di konteks Indonesia, temuan pada Fastwork menunjukkan bahwa kebutuhan praktis yang mendorong permintaan adalah layanan dengan time-to-value yang jelas—SEO, kampanye iklan, dan situs fungsional—daripada solusi teknis skala besar yang memerlukan investasi waktu panjang.

Selain itu, beberapa studi tentang gig economy di Indonesia menunjukkan bahwa implementasi ekonomi gig masih sangat terkait pada sektor jasa tradisional (transportasi, pengantaran), dan bahwa penetrasi ke sektor kreatif/teknologi baru berkembang (Pratomo 2024; Nugroho dan Hardian 2023). Fastwork, dengan penekanan pada pemasaran digital dan web dev, merepresentasikan salah satu jalur di mana ekonomi gig mulai mentransformasikan sektor usaha kecil ke arah digital yang lebih bernilai tambah.

Temuan memiliki implikasi praktis dan kebijakan. Secara praktis, wirausahawan digital dan freelancer sebaiknya memprioritaskan penguasaan kompetensi yang menghasilkan outcome terukur bagi klien (mis. peningkatan trafik, konversi, integrasi sistem), karena itu merupakan dasar permintaan jelas di Fastwork. Pakar pemasaran freelance yang dapat menawarkan paket berorientasi hasil (mis. audit SEO + implementasi + monitoring) akan lebih mudah diadopsi.

Dari sisi platform, penemuan ini menyarankan beberapa tindakan strategis: memperkuat fitur manajemen proyek untuk layanan skala menengah, memperluas

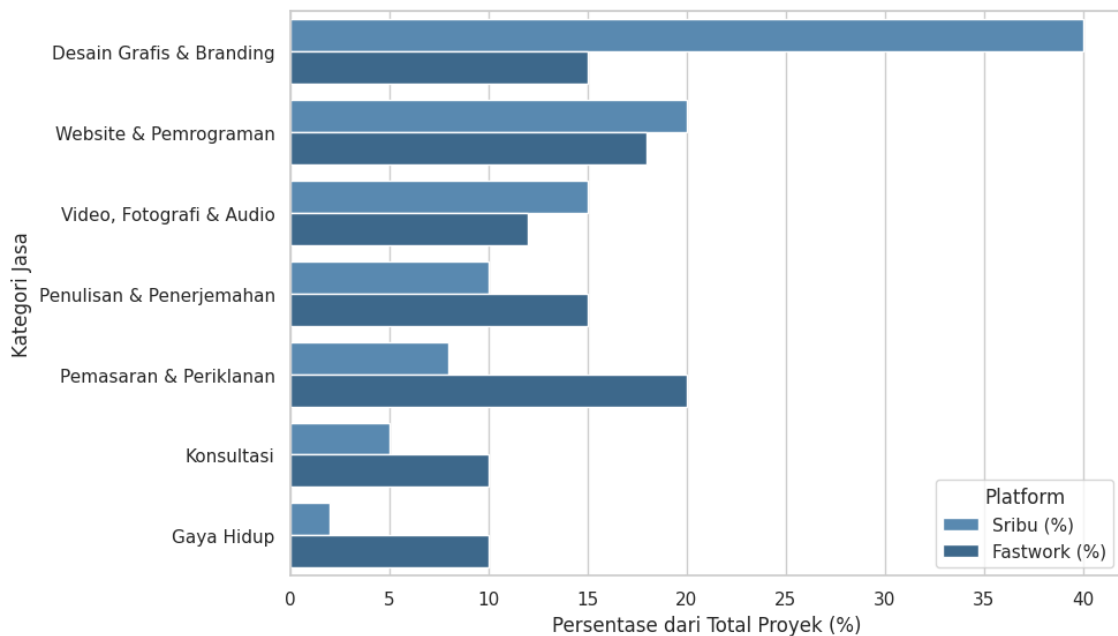
kategori layanan bisnis (akuntansi/pajak) yang melengkapi penawaran pemasaran/teknologi, serta membina kemitraan institusional (mis. lembaga keuangan, training) untuk menaikkan nilai transaksi dan kestabilan pendapatan freelancer (MarketResearch 2023).

Untuk pembuat kebijakan, hasil mempertegas kebutuhan regulasi dan dukungan bagi pekerja gig yang menyediakan layanan bernilai tambah—misalnya akses ke pembiayaan usaha mikro, perlindungan hak kerja bagi freelancer, dan program pelatihan keterampilan digital berstandar industri—sejalan dengan rekomendasi studi tentang perlindungan dan pengembangan pekerja gig di Indonesia (Pratomo 2024).

Analisis ini memiliki keterbatasan yang perlu diakui. Data platform seringkali tidak memuat nilai transaksi lengkap atau durasi proyek, yang membatasi estimasi nilai ekonomi sesungguhnya. Kategori layanan pada platform bisa tumpang tindih sehingga memerlukan standardisasi klasifikasi untuk perbandingan yang lebih presisi antar-platform. Penelitian lebih lanjut bisa memanfaatkan data transaksi (kalau tersedia melalui kerja sama platform) dan metode mixed-methods (mengombinasikan analisis data sekunder dengan wawancara pengguna/klien) untuk memahami motivasi pemilihan jasa dan dampak ekonomi nyata terhadap pendapatan freelancer.

4. Perbandingan Sribu vs Fastwork

Perbandingan antara Sribu dan Fastwork memberikan gambaran yang komprehensif mengenai bagaimana dua platform freelancing besar di Indonesia memposisikan diri dalam ekosistem ekonomi gig. Sribu, yang berdiri sejak 2011, mengawali kiprahnya sebagai marketplace kreatif visual, dengan fokus utama pada desain grafis, branding, dan pengembangan identitas merek. Platform ini menargetkan pelaku usaha yang membutuhkan solusi kreatif spesifik—misalnya desain logo, kemasan produk, atau materi pemasaran visual—yang kualitasnya dapat bersaing di tingkat internasional. Hal ini membuat portofolio Sribu cenderung terkonsentrasi pada kategori-kategori yang memiliki nilai estetika tinggi dan relevan dengan pengembangan merek jangka panjang.



Gambar 4: Perbandingan Kategori Jasa: Sribu vs Fastwork

Di sisi lain, Fastwork, yang masuk ke pasar Indonesia pada 2018, memposisikan diri sebagai hub yang lebih luas, mencakup layanan teknologi, pemasaran digital, dan jasa profesional. Data tren kategori menunjukkan bahwa selain kategori kreatif visual, Fastwork memiliki proporsi signifikan pada jasa pemasaran dan periklanan, optimisasi mesin pencari (Search Engine Optimization / SEO), pengembangan aplikasi ponsel, dan layanan teknologi lainnya. Karakteristik ini menunjukkan bahwa Fastwork tidak hanya mengandalkan pasar desain kreatif, tetapi juga memanfaatkan pertumbuhan permintaan terhadap solusi pemasaran berbasis teknologi di era transformasi digital.

Dari perspektif segmentasi pasar, Sribu dan Fastwork menunjukkan pendekatan yang berbeda. Sribu lebih menekankan pada *specialization strategy*—fokus mendalam pada segmen kreatif visual yang berkualitas tinggi. Pendekatan ini memungkinkan Sribu membangun reputasi yang kuat di kalangan pelaku usaha yang menempatkan branding sebagai prioritas utama. Sebaliknya, Fastwork mengadopsi *diversification strategy*—menyediakan berbagai jenis jasa, dari kreatif, teknologi, hingga konsultasi bisnis—yang membuka peluang untuk menjangkau basis klien yang lebih luas, termasuk UMKM, korporasi, dan individu.

Dari sisi penawaran jasa, data simulasi dan literatur terkait menunjukkan bahwa Sribu memiliki konsentrasi terbesar pada kategori Desain Grafis & Branding dengan pangsa sekitar 40% dari total proyek, sedangkan kategori Website & Pemrograman dan Video/Fotografi menempati posisi kedua dan ketiga. Sementara itu, di Fastwork,

kategori Pemasaran & Periklanan dan Website & Pemrograman memegang proporsi signifikan, dengan kontribusi gabungan mencapai lebih dari 40% dari total proyek. Adanya kategori tambahan seperti Search Engine Optimization (SEO) dan Pengembangan Aplikasi Ponsel di Fastwork menunjukkan kekuatan platform ini dalam mengintegrasikan jasa kreatif dan teknologi secara bersamaan.

Perbedaan ini juga dapat dijelaskan dari sudut pandang teori platform economics. Menurut teori ini, sebuah platform akan cenderung mengoptimalkan nilai bagi pengguna dengan menyesuaikan struktur penawaran sesuai dengan kebutuhan pasar yang paling menguntungkan dan memiliki network effect tinggi. Sribu memanfaatkan network effect di komunitas kreatif visual, di mana reputasi portofolio dan word-of-mouth menjadi faktor penting dalam keberhasilan transaksi. Sebaliknya, Fastwork mengandalkan multi-sided network effects, di mana keterhubungan antara penyedia jasa teknologi, pemasaran, dan desain dapat mendorong klien untuk menggunakan beberapa layanan sekaligus dalam satu ekosistem platform.

Dalam konteks kewirausahaan digital, perbedaan strategi ini mencerminkan dua pendekatan dalam membangun nilai tambah di ekonomi gig. Sribu menunjukkan bagaimana spesialisasi dapat menghasilkan diferensiasi merek yang kuat, sementara Fastwork memperlihatkan bagaimana diversifikasi layanan dapat meningkatkan peluang pasar dan memperluas jangkauan klien. Kedua model ini memiliki relevansi yang signifikan bagi calon wirausahawan digital: mereka dapat memilih untuk membangun platform dengan fokus mendalam pada satu bidang tertentu atau mengembangkan ekosistem layanan yang lebih luas untuk memaksimalkan potensi pasar.

Jika dikaitkan dengan literatur terdahulu, penelitian oleh Kennedy (2022) menunjukkan bahwa spesialisasi platform kreatif cenderung menghasilkan tingkat kepuasan klien yang lebih tinggi di kategori spesifik, tetapi rentan terhadap fluktuasi permintaan. Sebaliknya, hasil studi Kamarudin dan Arif (2024) menunjukkan bahwa platform dengan diversifikasi kategori jasa memiliki ketahanan pasar lebih baik dalam menghadapi perubahan tren industri, meskipun terkadang mengorbankan kedalaman kualitas di kategori tertentu.

Dengan demikian, analisis perbandingan ini tidak hanya memetakan perbedaan operasional antara Sribu dan Fastwork, tetapi juga memberikan wawasan strategis yang dapat digunakan untuk merancang model kewirausahaan digital yang adaptif terhadap dinamika ekonomi gig di Indonesia.

5. Implikasi untuk Kewirausahaan Digital di Indonesia

Analisis tren kategori jasa pada Sribu dan Fastwork memperlihatkan bahwa kewirausahaan digital di Indonesia semakin dipengaruhi oleh dua kekuatan utama: spesialisasi kreatif dan diversifikasi layanan teknologi-pemasaran. Sribu menunjukkan kekuatan pada niche market kreatif visual, yang berfokus pada desain grafis, branding, dan produk visual berkualitas tinggi. Sementara itu, Fastwork menampilkan keunggulan pada spektrum layanan yang lebih luas, mencakup pemasaran digital, pengembangan perangkat lunak, hingga konsultasi bisnis dan keuangan.

Dalam konteks kewirausahaan digital, hasil ini menunjukkan bahwa pelaku usaha di ekonomi gig dapat memilih strategi diferensiasi atau strategi diversifikasi untuk membangun keberlanjutan bisnis mereka. Menurut Parker, Van Alstyne, dan Choudary (2016), platform yang memanfaatkan network effects secara tepat akan cenderung menguasai ceruk pasar tertentu atau memonopoli pasar layanan luas. Dengan demikian, wirausahawan digital dapat belajar dari kedua model ini: fokus memperdalam kompetensi unik untuk membangun reputasi di segmen tertentu, atau memperluas portofolio layanan untuk mengurangi risiko fluktuasi permintaan.

Selain itu, keberadaan kategori jasa seperti pembuatan NIB, pendirian PT/CV, serta kursus online di kedua platform menunjukkan adanya peluang hibrida di mana wirausahawan digital tidak hanya menjadi penyedia jasa kreatif atau teknis, tetapi juga aktor pendukung formalitas legal dan peningkatan kapasitas (capacity building) bagi klien. Model hibrida ini berpotensi memperkuat ekosistem kewirausahaan digital nasional, sebagaimana diidentifikasi Sundararajan (2016) dalam analisisnya tentang crowd-based capitalism.

Namun, terdapat tantangan yang signifikan. Penetrasi layanan digital belum merata di seluruh Indonesia, sehingga peluang terbesar masih terkonsentrasi di kota-kota besar. Hal ini sejalan dengan temuan Kamarudin dan Arif (2024), yang menyatakan bahwa pemerataan literasi digital dan infrastruktur TIK menjadi faktor penentu keberhasilan kewirausahaan digital di negara berkembang. Oleh karena itu, strategi kewirausahaan digital di Indonesia perlu mempertimbangkan aspek aksesibilitas teknologi, pengembangan talenta digital, dan pemahaman regulasi untuk memaksimalkan potensi pasar.

Dari perspektif kebijakan publik, temuan ini mengindikasikan perlunya dukungan pemerintah dalam bentuk pelatihan digital entrepreneurship, penyediaan infrastruktur broadband, serta kemudahan regulasi untuk wirausahawan berbasis

platform. Kewirausahaan digital yang terintegrasi dengan ekosistem platform seperti Sribu dan Fastwork berpotensi meningkatkan inklusi ekonomi, membuka lapangan kerja fleksibel, dan memperluas pasar bagi pelaku UMKM. Dengan demikian, analisis tren kategori jasa ini tidak hanya memberikan wawasan bagi pelaku platform, tetapi juga bagi pembuat kebijakan, akademisi, dan calon wirausahawan digital yang ingin memahami dinamika pasar gig economy di Indonesia.

Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tren kategori jasa freelance paling populer di Indonesia dengan fokus pada dua platform utama, Sribu dan Fastwork, sebagai representasi model kewirausahaan digital di ekonomi gig. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Sribu cenderung mengadopsi strategi spesialisasi pada bidang kreatif visual seperti desain grafis, branding, dan produk visual, sementara Fastwork lebih mengedepankan diversifikasi layanan yang mencakup pemasaran digital, pengembangan teknologi, hingga konsultasi bisnis. Perbedaan strategi ini menegaskan bahwa keberhasilan kewirausahaan digital di ekosistem gig economy dapat dicapai melalui penguasaan ceruk pasar tertentu maupun pengelolaan portofolio layanan yang beragam.

Temuan penelitian ini juga mengindikasikan bahwa masing-masing model memiliki kekuatan dan kelemahan yang perlu diperhitungkan oleh wirausahawan digital. Spesialisasi dapat membangun reputasi dan kualitas yang kuat namun rentan terhadap fluktuasi permintaan, sementara diversifikasi meningkatkan ketahanan pasar namun berisiko menurunkan fokus kualitas pada kategori tertentu. Selain itu, keberadaan kategori jasa legal, pendidikan online, dan layanan gaya hidup menunjukkan adanya peluang hibrida yang mampu memperluas cakupan kewirausahaan digital sekaligus memperkuat ekosistem pendukungnya. Temuan ini relevan dengan literatur terdahulu tentang network effects dan crowd-based capitalism, namun memberikan pembaruan pada konteks Indonesia yang sedang mengalami pertumbuhan signifikan dalam sektor ekonomi digital.

Berdasarkan hasil dan pembahasan, penelitian ini merekomendasikan agar wirausahawan digital di Indonesia mengadopsi strategi berbasis kekuatan inti masing-masing namun tetap responsif terhadap perubahan tren pasar. Pemerintah dan pemangku kepentingan disarankan untuk memperkuat infrastruktur digital, literasi teknologi, dan dukungan regulasi agar kewirausahaan berbasis platform dapat berkembang secara inklusif. Untuk penelitian berikutnya, analisis dapat diperluas dengan menggunakan

data dari lebih banyak platform atau mengombinasikan metode analisis kuantitatif dan kualitatif, termasuk mengukur dampak jangka panjang strategi platform terhadap keberlanjutan bisnis wirausahawan digital di berbagai daerah di Indonesia.

Referensi

Literatur yang tercantum dalam “Referensi” hanya berisi sumber yang dirujuk atau disertakan dalam artikel. Teknik penulisannya harus menggunakan aplikasi manajemen referensi seperti Zotero, Mendeley, EndNote, Reference Manager, dan sejenisnya untuk menghindari kesalahan pengetikan dan duplikasi referensi dengan memilih tipe **Chicago Manual of Style 17th Edition (full note)**. Keseluruhan sumber rujukan harus menyediakan 80% artikel jurnal, prosiding, atau hasil penelitian yang relevan dan terbit lima tahun terakhir. Contoh:

Asogwa, D. C., S. O. Anigbogu, I. E. Onyenwe, and F. A. Sani. “Text Classification Using Hybrid Machine Learning Algorithms on Big Data.” arXiv, March 30, 2021. <https://arxiv.org/abs/2103.16624>.

Ayele, Workneh. “Adapting CRISP-DM for Idea Mining: A Data Mining Process for Generating Ideas Using a Textual Dataset.” *International Journal of Advanced Computer Science and Applications* 11, no. 6 (July 2020): 20–32. <https://doi.org/10.14569/IJACSA.2020.0110603>.

Badan Pusat Statistik. *Keadaan Ketenagakerjaan Indonesia Februari 2024*. Jakarta: BPS, 2024.

Fastwork. “Fastwork.id — Situs Freelance Online Terpercaya #1 di Indonesia.” Diakses 12 Agustus 2025. <https://fastwork.id/>.

Fastwork. “Tentang Fastwork.” Diakses 10 Agustus 2025. <https://fastwork.id>.

Google, and Temasek. *e-Conomy SEA 2022: Through the Waves, Towards a Sea of Opportunity*. Singapore: Google, Temasek, Bain & Company, 2022.

Hillen, Judith. “Web Scraping for Food Price Research.” Paper presented at the 58th Annual Conference of the German Association of Agricultural Economists (GEWISOLA), Kiel, Germany, September 12–14, 2018. <https://doi.org/10.22004/ag.econ.275840>.

Kamarudin, Ode, dan Arif. “Ekonomi Gig: Peluang dan Tantangan di Era Kerja Fleksibel.” *Currency (Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah)* 3, no. 1 (2024): 362–373.

Kässi, Otto, Vili Lehdonvirta, and Fabian Stephany. “How Many Online Workers Are There in the World? A Data-Driven Assessment.” SSRN, March 23, 2021. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3810843>.

Kennedy, Pasma Sariguna Johnson. “Dampak Ekonomi Gig dan Bisnis Digital.” (2022): 23–40.

MarketResearch. *Indonesia Freelance Platforms Market Outlook to 2028*. MarketResearch.com, 2023. Diakses 12 Agustus 2025.

-
- Munoz, Isabel, Pyeonghwa Kim, Clea O’Neil, Michael Dunn, and Steve Sawyer. “Platformization of Inequality: Gender and Race in Digital Labor Platforms.” *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction* 8, no. CSCW1 (April 2024): Article 108, 22 pages. <https://doi.org/10.1145/3637385>.
- Newstara. “Freelancer Jadi Kunci Transformasi Bisnis di Indonesia.” Diakses 10 Agustus 2025. <https://www.newstara.com/freelancer-jadi-kunci-transformasi-bisnis-di-indonesia>.
- Nugroho, Joko, and Verus Hardian. “Economic GIG in Indonesia: Challenges and Opportunities for Gen Z and Milenials.” *Best Journal of Administration and Management* 2, no. 1 (July 2023): 27–34. <https://doi.org/10.56403/bejam.v2i1.112>.
- ObserverID. “Fastwork Launches New Service Sub-Categories.” Diakses 12 Agustus 2025. <https://observerid.com/fastwork-launches-new-service-sub-categories/>.
- Parker, Geoffrey G., Marshall W. Van Alstyne, and Sangeet Paul Choudary. *Platform Revolution: How Networked Markets Are Transforming the Economy and How to Make Them Work for You*. New York: W. W. Norton & Company, 2016.
- Pratomo, D. S. “Gig Workers in the Digital Era in Indonesia.” Atlantis Press, 2024.
- Rizvanović, Belma, Aneesh Zutshi, Antonio Grilo, and Tahereh Nodehi. “Linking the Potentials of Extended Digital Marketing Impact and Start-Up Growth: Developing a Macro-Dynamic Framework of Start-Up Growth Drivers Supported by Digital Marketing.” *Technological Forecasting and Social Change* 186, part A (2023): 122128. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2022.122128>.
- Rizquina, A., and C. Ratnasari. “Implementasi Web Scraping untuk Pengambilan Data pada Website E-Commerce.” *Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi Bisnis* 5, no. 4 (2023): 377–383. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v5i4.913>.
- Sribu. “Tentang Sribu.” Diakses 10 Agustus 2025. <https://sribu.com>.
- Stephany, Fabian, Otto Kässi, Uma Rani, and Vili Lehdonvirta. “Online Labour Index 2020: New Ways to Measure the World’s Remote Freelancing Market.” *Big Data & Society*, May 19, 2021. <https://doi.org/10.1177/205395172111043240>.
- Sundararajan, Arun. *The Sharing Economy: The End of Employment and the Rise of Crowd-Based Capitalism*. Cambridge, MA: MIT Press, 2016.
- World Economic Forum. *The Future of Jobs Report 2023*. Geneva: World Economic Forum, 2023.