

EXECUTIVE SUMMARY

Indonesia memiliki potensi yang besar di bidang *gig economy*. Hal ini dapat dilihat dari jumlah pekerja di bidang informal yang mencapai 55% dari total angkatan kerja Indonesia (BPS 2019). Berdasarkan kutipan dari Majalah Tempo (2019), jumlah pekerja lepas atau *freelancer* di Indonesia mencapai angka 5,89 juta pekerja. Dari sisi perusahaan yang membutuhkan jasa pekerja lepas tersebut, Indonesia memiliki potensi yang sangat besar, yang berdasarkan data dari BPS (2017), jumlah UMKM yang terdaftar di Indonesia melebihi 65 juta perusahaan. Bagi UMKM, tipe pekerjaan lepas merupakan salah satu solusi untuk mengurangi beban operasional perusahaan dan permasalahan ketenagakerjaan lainnya.

Akan tetapi para *freelancer* tersebut masih mengalami permasalahan-permasalahan yang sering mereka temui dalam proses pencarian kerja lepas di Indonesia, seperti kurangnya fasilitas bagi mereka untuk melakukan kegiatan pemasaran jasa-jasa atau portofolio serta kurang efisiennya proses pencarian kerja yang selama ini dilakukan secara fisik. Selain itu dari sisi perusahaan, sulitnya menemukan *freelancer* yang tepat sesuai dengan kebutuhan dan juga tempat transaksi yang aman menjadi permasalahan yang sering ditemui oleh perusahaan dalam proses pencarian *freelancer* ini.

Oleh karena itu Giglink hadir untuk menyelesaikan permasalahan dari kedua sisi tersebut. Giglink hadir sebagai wadah transaksi antara UMKM dengan *freelancer* yang adil, transparan dan termonitor selama pengerjaan hingga menyelesaikan permasalahan yang terjadi antara *freelancer* dan UMKM. Wadah tersebut dapat diakses oleh pengguna melalui aplikasi seluler maupun *website*.

Sebagai strategi untuk dapat memenangkan persaingan, Giglink akan memberikan diferensiasi produk berupa fitur *dispute resolution* yang berfungsi sebagai penengah apabila terjadi perselisihan antara UMKM dan *freelancer*. Selain fitur yang berfungsi untuk menyelesaikan perselisihan, proses perselisihan juga didukung oleh perencanaan sumber daya di internal Giglink yang khusus menangani perselisihan.

Pasar sasaran Giglink yang utama adalah *freelancer* yang bergerak di bidang IT, desain interior, dan desain grafis dengan beberapa kategori lainnya seperti fotografer, videografer, *digital marketing*, dan arsitektur. Sedangkan dari sisi perusahaan, pasar sasaran utama Giglink adalah

UMKM yang memiliki omset per tahun di atas Rp. 300 juta hingga Rp. 50 miliar dan merupakan perusahaan yang sudah menggunakan teknologi dalam aktivitas bisnisnya sehari-hari.

Strategi pemasaran yang digunakan oleh Giglink adalah *brand-action communications* sehingga Giglink mengajak langsung konsumen untuk segera melakukan aktivitas di dalam *platform*. Salah satu strategi komunikasi yang dilakukan Giglink dalam kegiatan pemasaran adalah *customer co-creation* dengan mengajak UMKM dan *freelancer* untuk ikut serta dalam pengembangan dan pemasaran produk dengan mengadakan kegiatan-kegiatan seperti *workshop*, seminar, mengembangkan komunitas UMKM dan *freelancer* serta lomba-lomba yang mengasah kemampuan konsumen. Dari kegiatan tersebut Giglink dapat dengan efektif mengetahui kebutuhan konsumen dalam berinovasi mengembangkan produk dan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

Untuk memastikan kepuasan pelanggan, dalam operasionalnya sehari-hari Giglink selalu berupaya untuk membuat produk yang berkualitas, selalu meningkatkan kapabilitas *platform* serta mampu untuk menyelesaikan *dispute* yang terjadi. Untuk mencapai hal tersebut, Giglink secara aktif melakukan pengawasan dan rekrutmen *freelancer* berkualitas serta selalu melakukan inovasi untuk memberikan perbaikan terhadap kapabilitas *platform* dan proses bisnis yang terjadi di dalamnya.

Target nilai transaksi Giglink di tahun pertama adalah sebanyak Rp. 30 Miliar dan terus bertumbuh hingga Rp. 718 Miliar di tahun kelima. Dari total transaksi tersebut, akan menghasilkan pendapatan kepada Giglink sebesar Rp. 3,2 Miliar di tahun pertama dan bertumbuh hingga mencapai Rp. 72 Miliar di tahun kelima. Investasi awal untuk rencana bisnis ini adalah sebesar Rp. 8 Miliar. Bisnis Giglink memberikan 33% *expected internal rate of return* (IRR) dan *expected NPV* sebesar Rp. 7 Miliar. Kesimpulannya, bisnis ini memiliki peluang dan aspek finansial yang layak untuk dijalankan.