

## Ilusi Kemitraan dalam Wacana Ekonomi Berbagi

Hasan Labiqul Aqil

Universitas Gajah Mada

[hasanlabiqulaqil@mail.ugm.ac.id](mailto:hasanlabiqulaqil@mail.ugm.ac.id)

### *Abstract*

The emergence of various digital platforms in the era of the internet technology revolution, in addition to giving birth to various new job types, also gives rise to a new term for workers, the term 'mitra' in the "gig economy" and gradually replacing previous terms such as buruh, karyawan, pegawai. This article attempts to decode the meaning of "mitra" using Norman Fairclough's critical discourse analysis (CDA) which studies the use of language (verbal and written) as a form of social practice. Through Fairclough's three CDA levels; Text (micro level) is seen as a representation of something containing a certain ideology; Discursive practice (meso level) refers to the production, distribution, and consumption of text; Socio-cultural practice (macro level) refers to the context outside of the text such as the context of society, culture, and politics that influence the existence of text, we can reflect the ideological effects that reproduce unequal power relations in the word "mitra" used by various digital platforms. The term "mitra" referring to the ideology of "platform capitalism" makes them not considered as "pekerja" or "buruh" and eliminating them as legal subjects protected by the Labor Law. The problem is also the new work relationship is still unclear in many aspects, which can lead to exploitation of "mitra" by the company.

**Keywords:** Critical Discourse Analysis, Ilusi Kemitraan, Gig Economy, Platform Capitalism.

### *Abstrak*

Munculnya berbagai *platform* digital di era revolusi teknologi internet, selain melahirkan berbagai jenis pekerjaan baru, juga memunculkan istilah untuk pekerja yang baru, yakni istilah 'mitra' dalam 'wacana ekonomi berbagi' dan perlahan menggantikan istilah-istilah sebelumnya, seperti buruh, karyawan, dan pegawai. Artikel ini berusaha membongkar makna 'mitra' dengan menggunakan analisis wacana kritis (AWK) Norman Fairclough yang mempelajari penggunaan bahasa (verbal dan tulisan) sebagai bentuk praktik sosial. Melalui tiga level AWK Fairclough yaitu; *Teks* (level mikro) dilihat sebagai representasi sesuatu yang berisi ideologi tertentu; *Praktik diskursif* (level meso) mengacu pada produksi, distribusi, dan konsumsi teks; *Praktik sosiokultural* (level makro) mengacu pada konteks di luar teks seperti konteks masyarakat, budaya, dan politik yang mempengaruhi keberadaan teks, kita dapat merefleksikan efek ideologis yang mereproduksi relasi kekuasaan yang tidak setara dalam kata 'mitra' yang digunakan oleh berbagai *platform* digital. Istilah 'mitra' yang mengacu pada ideologi 'kapitalisme *platform*' membuat mereka tidak dianggap sebagai 'pekerja' atau 'buruh' dan

menghilangkannya sebagai subjek hukum yang dilindungi UU Ketenagakerjaan. Masalahnya juga adalah relasi kerja baru ini masih tidak jelas dalam banyak aspek, yang dapat mengarah pada eksploitasi 'mitra' oleh perusahaan.

**Kata kunci:** Analisis Wacana Kritis, Ilusi Kemitraan, Ekonomi Berbagi, Kapitalisme Platform

## **Pendahuluan**

Revolusi teknologi internet telah dan sedang mengubah banyak hal dalam kehidupan kita, bahkan tidak dipungkiri lagi, banyak orang yang menyambut dan merayakannya dalam riuh rendah. Dalam perkembangan internet yang luar biasa, manusia tidak lagi dibatasi oleh ruang dan waktu, ruang menjadi semakin tidak spesifik dan waktu menjadi semakin fleksibel. Perkembangan internet juga turut mempengaruhi salah satu sektor kehidupan manusia, yakni tenaga kerja, karyawan, atau dulu yang pernah disebut sebagai buruh – kita tahu bahwa secara historis, memang revolusi industri selalu berkelindan dengan persoalan buruh.

Sektor tenaga kerja menjadi semakin menarik untuk diamati di era revolusi teknologi internet, karena tantangan yang ada saat ini adalah dimulai dari kelangkaan pekerjaan (*job scarcity*), meskipun secara pasti kondisi tersebut kental dengan pertumbuhan dan perkembangan di wilayah perkotaan. Kelangkaan pekerjaan kemudian melahirkan apa yang disebut dengan 'ekonomi gig' atau 'ekonomi berbagi' dengan daya tawar dapat membuka peluang kerja.

Istilah 'gig' pada awalnya digunakan untuk menandai musisi atau penikmat musik yang membuat agenda 'gig' dengan cara iuran bersama untuk menyewa tempat berkumpul (*platform*) dan alat musik, agar memungkinkan acara pentas musik berjalan. Proses tersebut menandai ciri awal dari 'gig', yaitu tidak adanya komodifikasi atau komersialisasi, dan semua kerja yang dilakukan murni dicurahkan tanpa ada pihak tertentu yang mengambil nilai lebih dari hasil kerja orang lain. Pada perkembangannya, muncul komodifikasi terhadap acara gig, yaitu ketika perusahaan menggunakan modal mereka mengadakan acara gig yang tujuannya untuk mendapatkan keuntungan. Perusahaan tersebut menyediakan panggung, membayar musisi untuk pentas, melakukan promosi, dan menjual tiket kepada para penikmat musik (Novianto, dkk. 2021: vii).

Bentuk ekonomi gig kini telah dikomodifikasi, dimana musisi mendapat bayaran hanya ketika dia nge-gig atau manggung. Ekonomi gig menjadi populer ketika digunakan untuk menjelaskan bentuk ekonomi digital sejak kemunculan *platform* digital semacam Uber pada 2009. Melalui kemunculan *platform* digital, menggerakkan corak produksi yang mampu menciptakan peluang kerja lintas-batas ruang dan waktu yang ditandai oleh munculnya pekerja gig atau *freelance*. Presiden Joko Widodo bahkan memuji corak ekonomi gig - seperti yang telah dilakukan gojek - ini sebagai penopang ekonomi nasional yang dinilai berkontribusi dalam membuka lapangan pekerjaan di Indonesia (DetikNews, 11/04/2019). Hal ini dikarenakan banyaknya pekerja yang menggantungkan hidupnya dalam ekonomi gig, Di Indonesia, ada 4,55 persen dari total tenaga kerja produktif, atau sekitar 5,89 juta orang yang pada tahun 2019 bekerja sebagai pekerja gig (BPS, 2019). Di platform Gojek, satu dekade beroperasi, total ada 2 juta orang yang terdaftar sebagai *driver* ojek per tahun 2020 (Kompas, 2020).



**Gambar 1.** Contoh penggunaan kata 'mitra' pada Gojek.

Sumber: [news.detik.com](https://news.detik.com)

Secara umum ada tiga pihak yang terlibat dalam *platform* digital ekonomi berbagi; penyedia *platform*, yang melakukan koordinasi dan mencocokkan permintaan dan penawaran dari dua pihak yang lain, yakni penjual dan pembeli. Bermodalkan mesin virtual berupa aplikasi, penyedia platform menarik komisi atau bayaran dari hasil transaksi, sementara biaya produksi komoditas dan distribusi serta risikonya ditanggung kepada kedua pihak yang bertransaksi. Beberapa

pengamat, seperti Fuchs dan Sevignani (2013) misalnya, menduga bahwa sebenarnya relasi kerja semacam ini tidak jauh berbeda dengan yang kita jumpai di era sebelum revolusi teknologi internet.

Dari tiga pihak yang terlibat dalam *platform* digital ekonomi berbagi, pemberi kerja, biasanya pemilik operator, klien, perusahaan penjual komoditas atau penyedia jasa, sedangkan buruh atau pekerjanya adalah siapapun yang dibayar untuk melakukan pekerjaan yang ditugaskan oleh pemberi kerja. Uniknyanya relasi semacam ini memicu perluasan satu bentuk kerja kontrak yang bersifat lepas atau *freelance* berjangka pendek, berbasis proyek, dan tanpa ikatan. Cara kerja semacam ini diminati oleh banyak anak muda yang mendahulukan kebebasan mengatur waktu dan tempat bekerja serta menolak keterikatan komitmen jangka panjang dengan satu pihak. Dengan kebebasan ini, *freelance* bisa bekerja untuk beberapa proyek sekaligus, bekerja dari rumah atau sambil menempuh studi. Karena memang begitulah ekonomi gig bekerja, bebas bekerja kepada siapapun, karena tidak ada majikan yang mengikat secara paksa.

Cara kerja baru yang kemudian memunculkan relasi kerja baru seperti ini dipahami secara berbeda, yaitu sebagai ‘kemitraan’ yang dikerjakan oleh kontraktor independen. Misalnya pengemudi ber-’mitra’ dengan perusahaan aplikasi atau *platform* transportasi (penyedia jasa), penjual barang dengan pemilik *marketplace* (penjual komoditas). Dalam istilah teknis perundangan-undangan yang terjadi bukan relasi kerja, melainkan relasi bisnis; bukan antara pemberi kerja dan pekerja, melainkan antara satu pengusaha dengan pengusaha lain (UU no. 13/2003). Yang menjadi masalahnya adalah relasi kerja/bisnis yang baru ini masih kabur dalam banyak hal terutama karena peran *platform* yang seolah-olah hanya sebagai tempat bertemunya pekerja/pebisnis dan kliennya.

Pada dasarnya, ide utama dari hubungan kemitraan yaitu keseimbangan dan kesetaraan kedudukan, baik perusahaan maupun pekerjanya yang dituangkan dalam kontrak kerja kemitraan. Kemitraan dianggap sebagai strategi yang tepat karena kesesuaiannya dengan sifat fleksibilitas dalam ekonomi gig. Sebagai strategi

bisnis, kepatuhan antar anggota mitra sangat menentukan keberhasilan kemitraan (Isyhadilfath, 2019). Menurut Vivian Lora (2018) setidaknya terdapat tiga prinsip dalam hubungan kemitraan: prinsip kesetaraan (*equity*), prinsip keterbukaan, prinsip asas manfaat bersama (*mutual benefit*). Kemitraan memiliki peran penting guna memastikan bahwa terdapat kestabilan dari kontrak yang telah disepakati, baik saat proses pembuatan kontrak maupun pelaksanaan atas hal-hal yang sudah disetujui.

Namun dalam praktiknya, keberadaan kemitraan ini hanya sebagai sebuah ilusi belaka. Hal ini disebabkan adanya benturan kepentingan antara pekerja dan pemberi kerja. Berbagai persoalan yang ditimbulkan dari adanya relasi kemitraan adalah kaburnya status dan hubungan kerja – antara pekerja dan pemberi kerja – yang berakibat pada ketidakpastian hubungan kerja. Problem lain yang muncul dari ketidakpastian hubungan kerja ini kemudian berujung pada normalisasi kerentanan pekerja dan memunculkan pertanyaan apakah istilah ‘mitra’ dalam relasi kemitraan menjamin kerja layak dan adil bagi para pekerja mitra?

### **Research Methods atau Metode Penelitian**

Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough, di mana peneliti berusaha membangun sebuah model analisis wacana yang mempunyai kontribusi dalam analisis sosial dan budaya. Fairclough (2010: 8) menegaskan bahwa analisis wacana kritis melihat wacana (pemakaian bahasa dalam tuturan dan tulisan) sebagai bentuk praktik sosial sehingga bisa jadi menampilkan efek ideologi, memproduksi dan mereproduksi hubungan kekuasaan yang tidak setara. Oleh karena itu, unsur tekstual yang selalu melibatkan bahasa dalam ruang tertutup dikombinasikan dengan konteks masyarakat yang lebih luas. Inti analisis wacana Fairclough adalah melihat bahasa sebagai praktik kekuasaan dan efeknya terhadap relasi sosial.

Fairclough (2010: 132) membagi analisis wacana dalam tiga dimensi, yaitu teks, *discourse practice*, dan *socio-cultural practice*. (1) Teks (level mikro) digunakan sebagai bentuk representasi sesuatu yang mengandung ideologi tertentu sehingga teks dibongkar secara linguistik, karena ingin melihat bagaimana sesuatu realitas itu ditampilkan atau dibentuk

sehingga membawanya pada ideologis tertentu, (2) *Discourse practice* (level meso) merupakan dimensi yang berhubungan dengan proses produksi, distribusi dan konsumsi teks. Proses produksi teks lebih mengarah pada pengalaman, pengetahuan, kebiasaan, lingkungan sosial, dan sebagainya yang dekat pada diri atau dalam si pembuat teks. Kemudian untuk konsumsi teks bergantung pada bagaimana cara seseorang dapat menerima teks yang telah dihadirkan oleh pembuat teks. Sementara kaitannya dalam distribusi teks, yaitu sebagai modal dan usaha pembuat teks agar hasil karyanya dapat diterima oleh masyarakat. (3) *Socio-cultural practice* (level makro) adalah dimensi yang berhubungan dengan konteks di luar teks, seperti konteks situasi. Konteks yang berhubungan dengan masyarakat, atau budaya, dan politik tertentu yang berpengaruh terhadap kehadiran teks. Ketiga level tahapan tersebut digunakan untuk mengungkap ideologi dalam konstruksi kata 'mitra' yang digunakan oleh berbagai *platform* digital, seperti Gojek, Grab, Tokopedia, hingga Shopee.

### **Analisis atau Hasil dan Pembahasan**

#### *Dimensi Tekstual Kata Mitra*

Dimensi tekstual dalam analisis wacana kritis Fairclough (2010: 132) berupaya melihat bagaimana suatu realitas itu ditampilkan atau dibentuk sehingga membawanya pada ideologi tertentu, melihat bagaimana teks dibongkar secara linguistik. Dalam wacana ekonomi gig saat ini misalnya, dengan melihat bagaimana menjamurnya hubungan kemitraan yang diterapkan oleh perusahaan-perusahaan platform digital. Contohnya adalah diterapkannya kata 'mitra' untuk menandakan hubungan kerja antara pengemudi dengan perusahaan aplikasi atau platform transportasi, penjual barang/jasa dengan pemilik *marketplace*. Dalam istilah teknis perundangan-undangan yang terjadi bukan relasi kerja, melainkan relasi bisnis; bukan antara pemberi kerja dan pekerja, melainkan antara satu pengusaha dengan pengusaha lain (UU no. 13/2003).

Yang menjadi masalah adalah relasi kerja/bisnis yang baru ini masih kabur dalam banyak hal terutama karena peran platform yang seolah-olah hanya sebagai tempat bertemunya pekerja/pebisnis dan kliennya. Benar bahwa kata tidak hanya sekadar kata, setiap kata memiliki nilai historis masing-masing konteks perkembangan ideologis.

Pemilihan diksi atau istilah ‘mitra’ menunjukkan logika ekonomi gig seolah hendak memosisikan para pekerja menjadi setara dengan para pengusaha/pemilik perusahaan dibandingkan menggunakan istilah ‘buruh’, ‘pekerja’ atau ‘karyawan’.

Istilah buruh lebih banyak digunakan pada tahun-tahun pertama Indonesia merdeka. Di masa rezim Soekarno, istilah buruh sangat akrab di telinga masyarakat. Bahkan dalam kehidupan sehari-hari, istilah buruh merupakan sebutan bagi siapapun yang bekerja dengan tujuan untuk mendapatkan upah – baik yang bekerja di sektor industri maupun yang bekerja di instansi pemerintah – dalam Kabinet Amir Sjarifuddin I dan II (Juni 1947-Januari 1948), misalnya, SK Trimurti diangkat sebagai menteri perburuhan. Rezim Soekarno memang lebih memilih menggunakan istilah buruh.

Sejak Orde Baru, istilah buruh mulai disingkirkan dan digantikan dengan istilah pekerja/tenaga kerja. Pergantian istilah ini juga terjadi dalam dinamika perkembangan serikat buruh di Indonesia. Pada tahun 1985, Kongres II Federasi Buruh Seluruh Indonesia (FBSI) yang kemudian berubah nama menjadi Serikat Pekerja Seluruh Indonesia (SPSI), juga sekaligus memutuskan pergantian istilah buruh menjadi pekerja. Di era Orde Baru muncul juga Departemen Tenaga Kerja yang menggantikan Kementerian Perburuhan. Istilah buruh diganti dengan pekerja/tenaga kerja karena istilah buruh dinilai memiliki konotasi menentang kekuasaan.

Selain pekerja/tenaga kerja, muncul juga istilah karyawan (orang yang memiliki karya) hingga pegawai (orang yang memiliki gawai). Baik ‘karya’ maupun ‘gawai’, sebenarnya bisa diartikan memiliki makna yang sama, yaitu pekerjaan, bedanya dengan buruh, kata pegawai dan karyawan lebih banyak digunakan di instansi pemerintahan atau swasta yang ingin menghindarkan pemakaian kata ‘pekerja’ atau ‘buruh,’ dampaknya istilah ‘karyawan’ atau ‘pegawai’ menjadi dominan seketika. Selain itu, kata buruh ingin dikonotasikan sebagai pekerja kasar, misalnya, buruh tani atau buruh pabrik, tidak ada buruh polisi atau buruh tentara. Padahal prinsipnya, siapapun yang menjual tenaga atau jasanya untuk mendapatkan upah, maka ia adalah seorang ‘buruh’.

*Discourse Practice dalam Penggunaan Kata Mitra*

Dalam praktik diskursif, Fairclough (2010: 132) menjelaskan, yang menjadi fokus adalah dimensi yang berhubungan dengan proses produksi, distribusi dan konsumsi teks.

Proses produksi teks lebih mengarah pada pengalaman, pengetahuan, kebiasaan, lingkungan sosial, dan sebagainya yang dekat pada diri atau dalam diri pembuat teks. Kemudian untuk distribusi teks, yaitu sebagai modal dan usaha pembuat teks agar hasil karyanya dapat diterima oleh masyarakat. Sementara kaitannya dalam konsumsi teks bergantung pada bagaimana cara seseorang dapat menerima teks yang telah dihadirkan oleh pembuat teks.

Proses produksi teks ‘kemitraan’ atau ‘mitra’ berhubungan erat dengan ideologi yang mengonstruksinya, yaitu kapitalisme platform. Platform itu sendiri berkembang atas reaksi terhadap krisis kapitalisme 2008, melalui teknologi internet, ia memperantarai berbagai kelompok dalam bisnis, termasuk para pekerja (Srnicek, 2016). Namun, tidak seperti pekerja pada umumnya yang dibayar per-satuan waktu (pada umumnya tiap bulan), pekerja ‘mitra’ dalam ekonomi gig umumnya bekerja dalam jangka waktu pendek dan dibayar berdasarkan hasil kerja.

Meski secara formal terkesan otonom atau bebas dari ikatan jangka panjang perusahaan, tapi pekerjaan mereka tidak bisa lepas dari kontrol perusahaan, dan karenanya mereka sama dengan ‘buruh’, sebab sama-sama dibayar. Di amerika mereka disebut dengan sebutan ‘kontraktor independen’, sementara di Indonesia mereka disebut dengan ‘mitra’ (Izzati & Apinino, 2021). Penggunaan istilah ‘mitra’ diproduksi, didistribusikan dan dikonsumsi karena istilah tersebut akan memberi kesan bahwa seorang ‘mitra’ adalah seorang wirausaha, oleh sebab itu ia bebas bekerja kapanpun dan di manapun, seorang ‘mitra’ dikonstruksikan memiliki status yang setara dengan ‘pemberi kerja’.

Gagasan kemitraan telah mengaburkan relasi kerja dan bahkan membuat status ‘mitra’ sebagai pekerja menjadi tidak dikenali. Relasi ‘mitra’ dikonstruksikan sebagai relasi bisnis, bukan relasi kerja, yakni pengusaha satu dengan pengusaha lain, bukan antara pemberi kerja dan pekerja. Pemilik platform dan pemilik akun berrelasi seolah-olah sebagai mitra yang setara dalam menawarkan barang dan jasa kepada konsumen. Kekaburan status dan relasi kerja semacam ini dalam beberapa hal mirip dengan yang terjadi di sektor informal. Oleh karena itu, gejala kekaburan ini seringkali juga disebut sebagai informalisasi meskipun dalam hal regulasi sebenarnya kerja digital masuk ranah formal.



Misalnya sebagai seorang penjual atau pelapak daring, *platform market* berperan mempertemukan mereka dengan calon pembeli. Para pekerja digital tidak sepenuhnya memiliki ikatan dengan platform yang mempertemukan mereka dengan pekerjaan. Kejelasan status seorang pekerja menjadi hal yang cenderung tidak penting dibicarakan. 'Mitra' didorong untuk merasa menjadi wirausahawan yang memiliki hubungan setara dengan pemberi kerja. Ada kesan bahwa menjadi wirausahawan merupakan status atau relasi yang lebih terhormat daripada menjadi 'buruh' atau 'karyawan'. Kesan ini diperkuat oleh wacana tentang kerja digital sebagai saluran dari hobi yang menghasilkan uang. Jenis-jenis kerja digital sering ditawarkan sebagai pekerjaan sampingan atau sumber tambahan penghasilan (Juliawan, 2019).

Memang harus diakui bahwa banyak orang menjadikan pekerjaan sebagai pengemudi taksi daring atau penjual barang komoditas di perusahaan platform – seperti Gojek, Grab, Tokopedia dan Shopee sejenis sebagai kerja sampingan – namun hal ini tidak lantas menganulir kenyataan kondisi kerja yang dialami oleh para pekerja (Izzati, 2021). Sebagai bagian dari kapitalisme platform, ekonomi gig beserta embel-embel ke-'mitra'-annya itu jelas bersifat eksploitatif dan manipulatif terhadap buruh atau pekerja yang terlibat dalam sistem kerja tersebut. Berbagai persoalan seperti upah murah (*underpaid*), waktu kerja di luar batas normal (*overtime*), kerja berlebihan (*overwork*), tidak memiliki perlindungan sosial, dan ketiadaan jaminan pendapatan layak dalam jangka panjang menjadi hantu yang selalu membayangi setiap 'mitra' atau 'buruh' dalam pekerja gig.

Oleh sebab itu, gagasan ekonomi gig mengenai konsep kemitraan yang akan menguntungkan semua pihak – melalui pembagian keuntungan secara adil, lebih transparan, dan partisipatif – ternyata tidak tampak dalam aspek praktis.

#### *Socio-cultural Practice dalam Penggunaan Kata Mitra*

Dimensi level makro, yakni praktik sosio-kultural, Analisis Wacana Kritis Fairclough (2010: 12) melihat segala yang berhubungan dengan konteks di luar teks, seperti konteks situasi, konteks yang berhubungan dengan masyarakat, atau budaya, dan politik tertentu yang berpengaruh terhadap kehadiran teks. Dalam wacana ekonomi gig, konteks yang ada adalah bagaimana kondisi kelangkaan kerja (*job scarcity*) menjadi persoalan yang larut di tengah masyarakat perkotaan dan revolusi internet yang ditandai dengan kehadiran

platform digital menawarkan konsep ke'mitra'an dengan daya tawar dapat membuka peluang kerja.

Akan tetapi daya tawar pekerjaan ini lekat dengan sifat prekariat. Menurut riset dari tim peneliti Serikat Pekerja Media dan Industri Kreatif untuk Demokrasi/Sindikasi (Izzati, Larasati, Laksana, Apinino, & Azali, 2021) menemukan bahwa terdapat empat kondisi kerja penuh kerentanan yang dialami pekerja gig di Indonesia: Pertama, ketiadaan jaminan sosial seperti asuransi kesehatan; kedua, jam dan beban kerja yang panjang dan berlebih; ketiga, upah murah dan adanya ongkos tersembunyi yang tidak dibayarkan; dan terakhir, ketiadaan kepastian karier.

Menurut penelitian tersebut, banyak pekerja gig yang tidak memiliki jaminan sosial seperti asuransi kesehatan, berbeda dengan pekerja formal yang memiliki asuransi – baik yang diselenggarakan pemerintah (BPJS) maupun swasta – dan wajib dibayarkan kantor, pekerja gig bahkan harus menanggung sendiri beban tersebut, belum ada regulasi yang memungkinkan premi dibayarkan pemberi kerja. Begitu juga persoalan terkait jam dan beban kerja yang panjang dan berlebih, nampak tidak jelas atas antara jam kerja, jam istirahat atau jam untuk waktu keluarga, bahkan semakin menegasikan satu sama lain.

Beban yang sedemikian berat itu tak sebanding dengan upah serta ongkos tersembunyi yang harus ditanggung. Apa yang dimaksud dengan ongkos tersembunyi adalah biaya-biaya yang dikeluarkan si pekerja demi berproduksi namun itu tidak dibebankan ke pemberi kerja. Misalnya, biaya penyusutan alat produksi (perangkat pintar, sepeda motor, kamera, dan sejenisnya), hingga ongkos sewa tempat kerja (working space). Kerentanan terakhir dalam riset Izzati, dkk (2021) tersebut adalah tidak adanya kepastian karier. Ketidadaan kepastian karier membuat pekerja khawatir, apakah bekerja di sektor ini menjanjikan atau tidak; dapat menghidupi untuk seterusnya atau tidak. Sebagian bahkan memutuskan banting setir ke pekerjaan formal meski tak bebas dari masalah lain.

Pada akhirnya, ekonomi berbagi yang di awal menawarkan membuka lowongan pekerjaan berskala besar dengan hadirnya internet melalui konsep 'mitra' justru menghadirkan masalah baru, yaitu kerentanan pekerja. Karena itu, definisi 'mitra' dalam ekonomi berbagi tidak lebih hanyalah ilusi. Ia hanya melanggengkan sebuah sistem dengan memanfaatkan tenaga kerja murah, dan dengan motif 'berbagi' justru ikut serta

menciptakan pasar bebas yang lebih leluasa meningkatkan keuntungan bagi kelas pemilik modal.

### **Kesimpulan**

Munculnya istilah ‘mitra’ lahir dari wacana ekonomi berbagi yang dipantik oleh ideologi kapitalisme *platform*. Ia mulai muncul sejak era revolusi internet dan menggeser istilah ‘buruh’ dan ‘karyawan’. Penggunaan istilah ‘mitra’ diproduksi, didistribusikan dan dikonsumsi karena istilah tersebut akan memberi kesan bahwa seorang ‘mitra’ adalah seorang wirausaha, oleh sebab itu ia bebas bekerja kapanpun dan di manapun, seorang ‘mitra’ dikonstruksikan memiliki status yang setara dengan pemberi kerja.

Kata ‘mitra’ menjadikan hubungan yang kabur antara ‘pekerja’ atau ‘buruh’ dan pemodal atau pemberi kerja yang berdampak pada absennya hak-hak dasar para pekerja. Mitra ini membuat mereka tidak dianggap sebagai ‘pekerja’ atau ‘buruh’ dan menghilangkan mereka sebagai subjek hukum yang dilindungi UU Ketenagakerjaan. Mereka menyebut seorang yang menjadi ‘mitra’ akan menjadi bos bagi dirinya sendiri di mana mereka akan memperoleh fleksibilitas dalam mencari penghasilan, namun justru menghasilkan batas yang ambigu antara pertukaran kapitalistik dan nilai sosial altruistik.

### **Daftar Pustaka**

- Fairclough, N. (2010). *Critical Discourse Analysis: The Critical Study of Language*. London: Routledge
- Fuchs, C. dan S. Seignani (2013). What Is Digital Labour? What Is Digital Work? What’s their Difference? And Why Do These Questions Matter for Understanding Social Media?. *Communication, Capitalism & Critique* 11(2): 237-293.
- Isyhadilfath, M. (2019). *Perlindungan Hukum bagi Mitra (Driver) dalam Perjanjian Kerjasama Kemitraan Antara Perusahaan Penyedia Aplikasi (GoJek) dengan Mitra (Driver)*. Skripsi: Universitas Sebelas Maret.
- Izzati, F. F., (2021). Kerentanan Pekerja Transportasi Daring. *Jurnal Prisma*. 40(2): 52-63.
- Izzati, F. F., Apinino, R., (2021) Ekonomi Gig, Pandemi COVID-19, dan Pekerja Industri Kreatif di Indonesia. Dalam Yeremias T. Keban, Ari Hernawan, dan Arif Novianto (eds.), *Menyoal Kerja Layak dan Adil dalam Ekonomi Gig di Indonesia*. Yogyakarta: IGA Press.

Izzati, F. F., Larasati, R. S., Laksana, B. K., Apinino, R., & Azali, K. (2021). *Pekerja Industri Kreatif Indonesia: Fleksploitation, Kerentanan, dan Sulitnya Berserikat*. Jakarta, Indonesia: Serikat Pekerja Media dan Industri Kreatif untuk Demokrasi x FNV Mondiaal.

Juliawan H. B., dkk (2019). *Buruh Digital: Peluang Keuntungan dan Intaian Kerentanan*. Yogyakarta: Sanata Dharma University Press.

Novianto, A., Keban, Y. T., & Hernawan, A. (2021). Mendorong Kerja Layak & Adil bagi Pekerja Gig: Kajian Awal tentang Ekonomi Gig di Indonesia. Dalam Yeremias T. Keban, Ari Hernawan, dan Arif Novianto (eds.), *Menyoal Kerja Layak dan Adil dalam Ekonomi Gig di Indonesia*. Yogyakarta: IGA Press.

Srnicek, N. (2016). *Platform Capitalism*. Cambridge, UK: Polity.

Lora, V. (2018). "Tinjauan Hukum Terhadap Perjanjian Kemitraan Antara PT Gojek Indonesia Cabang Medan Dengan Driver Gojek". *Vivian Lora*, 1-110.

#### **Internet**

DetikNews. (2019). "Jokowi: Selamat Go-Jek Jadi Decacorn Pertama di Indonesia". Tersedia di <https://news.detik.com/berita/d4506966/jokowi-selamat-go-jek-jadi-decacorn-pertama-di-indonesia>. Diunggah 11 April 2019. Diakses 22 Juni 2022.

BPS. (2019). "Jumlah Perusahaan dan Tenaga Kerja Menurut Klasifikasi Industri di Provinsi Jawa Tengah, 2015-2016". Tersedia di <https://jateng.bps.go.id/statictable/2018/01/24/1685/jumlah-perusahaan->. Diunggah 16 September 2019. Diakses 22 Juni 2022.

Kompas. (2020). "Satu Dekade Beroperasi, Gojek Punya 2 Juta Mitra Pengemudi di Asia Tenggara". <https://tekno.kompas.com/read/2020/11/12/18090947/satu-dekade-beroperasi-gojek-punya-2-juta-mitra-pengemudi-di-asia-tenggara?page=allUU> no. 13/2003. Diunggah 12 November 2020. Diakses 22 Juni 2022.