

START UP DIGITAL BUSINESS: MENGENAL PELUANG DAN TIPS BISNIS BAGI PARA PEMULA

Desita Ria Yusian TB¹⁾, Niza Aulia²⁾

Ilmu Komputer, Universitas Ubudiyah Indonesia
email: desita@uui.ac.id

Ilmu Kesehatan, Universitas Ubudiyah Indonesia
email: niza@uui.ac.id

Ringkasan

Berbisnis memang merupakan salah satu cara untuk bisa mendapatkan keuntungan yang banyak. Namun, membuka bisnis untuk pemula mungkin tidak akan semudah yang dibicarakan. Berbagai risiko bisa menghantui para pelaku usaha. Tidak semua orang harus memiliki jiwa wirausaha atau bisnis. Tetapi, berbisnis memang akan sangat menguntungkan apabila Anda bisa terus berkembang dan berinovasi. Bagi Anda yang akan membuka bisnis, ada beberapa tips belajar bisnis untuk pemula yang akan merakit usahanya. Istilah startup sering dikaitkan dengan bisnis yang baru dirintis atau baru berkembang, biasanya merujuk pada sebuah organisasi yang belum lama beroperasi dan identik dengan bisnis yang terkait dengan teknologi. Dengan mobilitas manusia yang tinggi membuat dunia perdagangan harus mampu menyediakan layanan jasa dan barang dengan cepat sesuai permintaan konsumen. Bisnis startup menekankan pada memberikan solusi atau dikenal juga problem solving untuk suatu permasalahan tertentu dengan lebih memanfaatkan teknologi. Oleh sebab itu, memang butuh keseriusan dan pemahaman tersendiri termasuk tips untuk memulai bisnis ini.

Keywords: Peluang, Pemula, Startup

I. PENDAHULUAN

Istilah startup sering dikaitkan dengan bisnis yang baru dirintis atau baru berkembang, biasanya merujuk pada semua perusahaan yang belum lama beroperasi dan identik dengan bisnis yang berbau teknologi. Neil Blumenthal, cofounder dan co-CEO dari Warby Parker mengatakan bahwa startup adalah suatu perusahaan yang bekerja untuk memecahkan masalah di mana solusinya tidak jelas dan kesuksesan tidak dijamin. Adora Cheung cofounder dan CEO dari Homejoy, salah satu hottest U.S Startups di tahun 2013 mengatakan bahwa startup is a state of mind (startup adalah keadaan pikiran). Menurut kamus Merriam-Webster startup adalah perusahaan bisnis pemula, sementara The American Heritage Dictionary mengatakan bahwa startup adalah bisnis

yang baru saja memulai operasinya (Robehmed, 2013). Dari beberapa definisi di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa untuk dikategorikan sebagai startup sebuah bisnis atau perusahaan haruslah baru mulai beroperasi.

Atribut kunci dari startup adalah kemampuan untuk bertumbuh, di mana startup adalah sebuah perusahaan yang dirancang untuk bertumbuh secara cepat. Startup berfokus pada pertumbuhan yang tidak dibatasi oleh geografi, hal inilah yang membedakannya dengan small businesses atau bisnis kecil. Internet merupakan salah satu faktor penyebab pesatnya pertumbuhan startup. Menurut Alves, internet telah menjadi “kebutuhan” masyarakat saat ini. Internet membawa perubahan revolusioner, menciptakan lingkungan baru yang menandai era transisi dari masyarakat

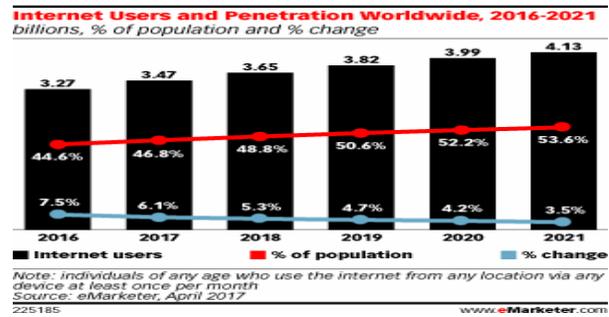
industrial menuju masyarakat digital atau knowledge-based society (Gasa, 2017).

Menurut lembaga riset pasar eMarketer pada tahun 2014 seperti ditunjukkan pada Gambar 1.1, populasi netter di seluruh dunia pada tahun 2014 mencapai 2,89 miliar orang, pada tahun 2017 diperkirakan naik menjadi 3,4 miliar orang dan pada tahun 2018 diperkirakan akan mencapai 3,6 miliar orang. Di Indonesia sendiri pada tahun 2014 pengguna internet sebesar 83,7 juta orang, pada tahun 2017 diperkirakan naik menjadi 112,6 juta orang dan pada tahun 2018 akan mencapai 123 juta orang (Yusuf, 2014).

Top 25 Countries, Ranked by Internet Users, 2013-2018						
millions	2013	2014	2015	2016	2017	2018
1. China*	620.7	643.6	669.8	700.1	736.2	777.0
2. US**	245.0	252.9	259.3	264.9	269.7	274.1
3. India	167.2	215.6	252.3	283.8	313.8	346.3
4. Brazil	99.2	107.7	113.7	119.8	123.3	125.9
5. Japan	100.0	102.1	103.6	104.5	105.0	105.4
6. Indonesia	72.8	83.7	93.4	102.8	112.6	123.0
7. Russia	77.5	82.9	87.3	91.4	94.3	96.6
8. Germany	59.5	61.6	62.2	62.5	62.7	62.7
9. Mexico	53.1	59.4	65.1	70.7	75.7	80.4
10. Nigeria	51.8	57.7	63.2	69.1	76.2	84.3
11. UK**	48.8	50.1	51.3	52.4	53.4	54.3
12. France	48.8	49.7	50.5	51.2	51.9	52.5
13. Philippines	42.3	48.0	53.7	59.1	64.5	69.3
14. Turkey	36.6	41.0	44.7	47.7	50.7	53.5
15. Vietnam	36.6	40.5	44.4	48.2	52.1	55.8
16. South Korea	40.1	40.4	40.6	40.7	40.9	41.0
17. Egypt	34.1	36.0	38.3	40.9	43.9	47.4
18. Italy	34.5	35.8	36.2	37.2	37.5	37.7
19. Spain	30.5	31.6	32.3	33.0	33.5	33.9
20. Canada	27.7	28.3	28.8	29.4	29.9	30.4
21. Argentina	25.0	27.1	29.0	29.8	30.5	31.1
22. Colombia	24.2	26.5	28.6	29.4	30.5	31.3
23. Thailand	22.7	24.3	26.0	27.6	29.1	30.6
24. Poland	22.6	22.9	23.3	23.7	24.0	24.3
25. South Africa	20.1	22.7	25.0	27.2	29.2	30.9
Worldwide***	2,692.9	2,892.7	3,072.6	3,246.3	3,419.8	3,600.2

Gambar 1.1 Perkiraan Pengguna Internet Tahun 2013-2018
 Sumber: (eMarketer, 2014)

Gambar 1.2 menunjukkan hasil riset terbaru yang dikeluarkan oleh eMarketer pada tahun 2017 terkait perkiraan pengguna internet dan mobile users pada tahun 2016 – 2021 menyatakan bahwa hampir 47% populasi dunia akan menggunakan internet paling tidak sebulan sekali pada tahun 2017 (baik melalui desktop/laptop ataupun mobile device), meningkat sebesar 6,1% dibandingkan pada tahun 2016. Pada tahun 2019 diperkirakan 50,6% populasi dunia akan menggunakan internet atau setara dengan 3,82 miliar orang.



Gambar 1.2 Perkiraan Pengguna Internet Tahun 2016-2021
 Sumber: (eMarketer, 2017)

II. METODE

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi langsung berinteraksi dengan masyarakat yang memiliki keinginan berwirausaha terdapat permasalahan utama yang di temukan dari yaitu minimnya pengetahuan masyarakat terkait dengan bagaimana mendapatkan peluang usaha dengan memanfaatkan teknologi infomasi di era digital yang sudah disemua kalangan masyarakat menggunakan smartphone sebagai media penyedia infomasi. Untuk mengantisipasi masalah yang ditemukan solusi yang diberikan sebagai berikut :

- Sosialisasi pemanfaatan dari penggunaan *smartphone*, website, dan media sosial sebagai media pendapatkan informasi terkait peluang infomasi berbisnis online. Bentuk sosialisasi yang dilakukan adalah memaparkan terkait bagaimana cara mengakses *Website*, *Smartphone*, dan media sosial yang dapat dilakukan dengan mudah dengan mengetahui keywords yang sesuai untuk mendapatkan informasi yang sesuai.
- Penyuluhan terkait pentingnya mengetahui tahapan dalam mengenal peluang dan tahapan awal dalam mengenal berbisnis online melalui teknologi startup sebagai peluang bisnis bagi para pemula atau UMKM yang baru merintis usaha.

Metode pelaksanaan kegiatan sosialisasi ini melibatkan beberapa pihak yaitu, Dosen Program Informatika dan Sistem Infomasi di Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Ubudiyah Indonesia, Kegiatan pengabdian masyarakat ini diikuti dengan penuh antusias oleh Masyarakat. Masyarakat ikut berpartisipasi dengan melakukan tanya jawab. Hal ini dilakukan untuk menumbuhkan rasa percaya diri dan keterbukaan informasi. Banyak Masyarakat yang belum memanfaatkan teknologi dengan maksimal, tidak begitu paham untuk memanfaatkan media internet sebagai upaya mendapatkan infomasi terkait besarnya peluang usaha bisnis digital bagi para pelaku usaha. Kegiatan ini merupakan wujud kontribusi dosen Fakultas Ilmu Komputer Universitas Ubudiyah Indonesia dalam implementasi tridarma perguruan tinggi.

Pengabdian kepada masyarakat ini mengambil lokasi di UBONTV Universitas Ubudiyah Indonesia Yang diselenggarakan pada hari Jumat, Tanggal 28 Oktober 2021 pukul 09.00 s/d 12.00 WIB. Peserta yang diikuti dalam kegiatan ini berjumlah 150 orang peserta.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada tahun 2016, pengguna internet Indonesia mencapai 132 juta dari total penduduk Indonesia yang berjumlah 250 juta. Penggunaan yang belum dimaksimalkan hanya digunakan di media sosial dan belum dimanfaatkan sebagai potensi atau peluang bisnis online. Indonesia menempati urutan keenam dunia pada tingkat dunia atau urutan pengguna Internet dan diperkirakan akan meningkat setiap tahun dengan melihat pertumbuhan dan pertumbuhan pengguna. Memulai bisnis harus dimulai dengan niat dari calon pelaku bisnis. Kemunculan niat yang mempengaruhi perilaku calon pelaku usaha internet berbeda nyata dengan niat pelaku usaha fisik sesungguhnya. Perbedaan yang jelas terletak pada sisi bisnis dari segi permodalan,

lokasi dan produk.

Terdapat perbedaan antara jenis toko fisik dan aspek permodalan toko online, dan diperlukan banyak perhitungan untuk kebutuhan yang cukup besar dengan mempertimbangkan berbagai faktor seperti izin toko dan produk/produk utama yang diperdagangkan. Jika perusahaan online tidak terikat dengan aturan modal yang ketat, mayoritas pemain/pelaku bisnis digital pendatang baru tidak membutuhkan modal sebesar perusahaan tradisional. Modal bisnis online menjadi lebih fleksibel tergantung pada keterampilan pemilik bisnis. Modal minimal pun bisa masuk ke perdagangan digital. Dengan banyaknya pengguna internet muda dengan sedikit pengalaman bisnis dan sedikit modal, startup adalah pilihan yang tepat untuk kebutuhan Anda.

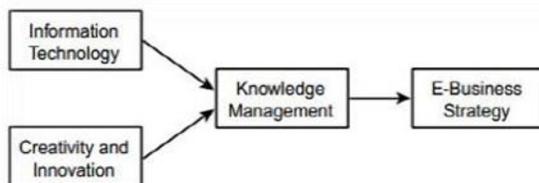
Keahlian teknologi informasi merupakan salah satu syarat yang harus dipenuhi. Selain hampir sama dengan permodalan, aspek lokasi juga penting karena sulit didapat jika bisnisnya tradisional. Tanpa ruang, bentuk bisnis tradisional sulit bertahan dan berkembang karena terkait dengan proses penjualan dan produksi yang haus ruang. Jenis bisnis online ini tidak memakan banyak tempat. Yang dibutuhkan hanyalah tampilan foto produk yang ditawarkan oleh penjual.

Startup digital yang muncul saat ini menawarkan berbagai macam produk dan layanan, bahkan jika mereka tidak memiliki tempat untuk memperkenalkannya. Manfaat ini harus tersedia bagi kaum muda yang memiliki banyak ide dan kreativitas di bidangnya. Aspek lainnya adalah produk. Dalam perkembangan dunia digital saat ini, berbagai jenis startup bermunculan dalam persaingan yang ketat. Ide dan kreativitas produk tersebut harus mampu menarik konsumen yang mengharapkan kemudahan dan pelayanan yang cepat. Sebagai contoh, aplikasi GoJek yang dirilis di Indonesia beberapa tahun lalu mampu merebut hati konsumen Indonesia dan mempromosikan transportasi ojek tradisional yang lebih modern. Kenyamanan aplikasi GoJek tercermin dari kemampuannya dalam memberikan pelayanan yang cepat, cepat kepada konsumen yang membutuhkan ojek dimanapun berada.

Kreativitas layanan tersebut tidak hanya

layanan transportasi, tetapi juga layanan pesan antar seperti Gofood yang memberikan layanan pesan antar makanan kepada konsumen tanpa membeli. Semua kemudahan ini telah mengubah cara kita memandang dan berpikir tentang bisnis online. Bisnis online cenderung membuat bisnis lebih kreatif dan mendorong semua kelompok umur untuk memahami teknologi. Pendidikan merupakan salah satu faktor yang dijadikan tolak ukur para pelaku ekonomi, dan banyak pengguna teknologi/gadget yang berada pada usia produktif yaitu 20 tahun ke atas. Peluang di era produktif yang memanfaatkan banyak peluang dalam bisnis. Menurut data survei APJII 2016, 62% atau lebih dari 80 juta pengguna internet menggunakan toko online. Data ini memberikan informasi yang memberikan peluang bagi pelaku bisnis digital untuk segera memulai bisnis. Banyaknya peluang bisnis digital belum maksimal karena berbagai alasan, kurangnya pemahaman pelaku bisnis terkait teknologi informasi, kreativitas dan inovasi bisnis, serta manajemen dan strategi bisnis digital.

Semua aspek tersebut sudah mengetahui sesuatu tentang teknologi informasi, namun masih kebanyakan oleh remaja yang masih belum mampu untuk benar-benar bertindak karena niat untuk berwirausaha belum terbentuk. Faktor pengetahuan dalam mencari peluang usaha menjadi salah satu hal yang perlu diperhatikan bagi wirausahawan muda yang masih minim pengetahuan dan pengalaman seorang wirausahawan.



Gambar 1: Model Knowledge Management (Sheung, 2014)

Gambar 1 menunjukkan model manajemen pengetahuan ketika memulai strategi strategi bisnis online bisnis digital. Dalam hal ini, bisnis startup harus dapat mengalami pengetahuan yang ada. B.

Sorotan dll. Teknologi ini telah berkembang dengan sangat cepat, dalam hal ini, dalam hal ini, ada investasi yang cukup untuk mendukung proses bisnis, tetapi dalam hal ini, untuk beberapa pemilik bisnis digital, penyaluran adalah metode yang paling efektif. Pengetahuan, penggunaan, penggunaan, dan periksa pengetahuan untuk saling berbagi. Inovasi dan Kreativitas Bisnis Startup Apa yang perlu dikembangkan dan membuat sesuatu dari sudut pandang ide-ide kreatif. Pengusaha digital muda dapat mengembangkan ide dan menciptakan peluang mereka sendiri, manfaat dari pengusaha muda berasal dari sudut pandang teknologi yang selalu diperbarui sebagai orang dewasa yang benar-benar memiliki banyak pengalaman. Berdasarkan beberapa hal dalam pengembangan pengetahuan manajemen perusahaan, kegiatan pemasaran digital akan mencapai tujuan pasar dan dijalankan untuk mencapai distribusi informasi yang menyediakan persaingan (BEIER, 2016), yaitu berbagai media. Ada beberapa hal. Penggunaan berbagai media digital untuk mendistribusikan berbagai hal yang berkaitan dengan manajemen digital.

Pengusaha digital harus mengembangkan cara untuk mematuhi penyediaan pengetahuan dan fitur yang memberikan konten dan format tertentu untuk mencapai tujuan pasar. Banyak pelanggan potensial masih tidak terkelola dengan konten digital umum. Karena wirausahawan muda tentu memahami dengan cara itu, konsumen potensial dapat menyerap persaingan intensif dalam bisnis digital. Van horne et al. , (2016) mengungkapkan kewirausahaan. Masih sulit untuk menangkap peluang di dunia digital, karena anak muda saat ini belum berpikir untuk menjadi seorang wirausaha. Pada tahap proses memulai wirausaha ini, kami membutuhkan dukungan masyarakat dan setiap orang memiliki metode

pembelajarannya masing-masing.

Pada fase seed, wirausahawan mulai mengembangkan ide dan kreativitas dalam hal pengetahuan dan kemampuan untuk mencoba start-up. Pada tahap ini, pengusaha cenderung meragukan ide-ide mereka, percaya apakah ide-ide mereka akan diterima atau ditolak oleh pasar. Pengambilan keputusan pada tahap ini sangat penting. Fase ini dimulai dengan pembentukan dan implementasi, karena produk dan layanan dari ide-ide yang dibuat pada fase sebelumnya disampaikan langsung melalui media konsumen online.



Tahap terakhir adalah ekspansi, dan dapat dikatakan bahwa produk dan jasa yang ditawarkan sudah dikenal konsumen baru dan belum sampai pada tahap evaluasi dan komentar konsumen. Esmaeeli menambahkan pada 2011 bahwa semangat kewirausahaan digital awalnya dimulai dengan pengembangan atau bisnis digitalisasi. Skala digitalisasi bisnis berasal dari layanan digital yang relatif cepat dan memuaskan. Oleh karena itu, potensi digital dari hampir semua layanan, potensi barang atau jasa yang lebih luas dengan saluran distribusi digital, potensi interaksi digital dengan pemangku kepentingan, dan potensi digital untuk kegiatan internal yang terkait dengan operasi perusahaan diputuskan untuk direalisasikan.

Bisnis digital merepresentasikan nilai tambah baru, termasuk model bisnis

baru berbasis barang atau jasa digital, distribusi digital, pekerjaan digital, dan pasar digital. Keberhasilan wirausahawan digital dipengaruhi oleh beberapa karakteristik yang dijelaskan oleh Serarols dari Van Horne (2016):

1. Kemampuan untuk memimpin
2. Fungsi delegasi
3. Mampu bekerja dalam tim
4. Kemampuan untuk mengantisipasi risiko dan membuat keputusan
5. Pakar keuangan Bisnis
6. Usia dengan panutan atau transaksi bisnis tidak terlalu muda
7. Keahlian Pemasaran dan Komunikasi
8. Anda dapat memilih kolega dan mitra yang sesuai
9. Saya terbiasa dengan pengembangan keterampilan dan pengetahuan yang terkait dengan perusahaan online
10. Dinamis dan antusias dengan berbagai kendala
11. Memiliki pengalaman dan keterampilan di bidang industri, produk dan pasar
12. Mengikuti pelatihan bisnis digital secara berkala.

Ciri-ciri tersebut menggambarkan perilaku wirausaha untuk berhasil di bidangnya. Tidak ada perbedaan mendasar karakteristik yang harus dimiliki pengusaha online dengan pengusaha tradisional. Chaffey dalam Chen (2013) tanpa kualitas ini juga membutuhkan strategi yang jelas.

Menghubungkan informasi pada sistem yang berbeda dibatasi karena masalah komunikasi dan kerjasama antara anggota perusahaan. Dalam bisnis digital, dalam hal ini kelangsungan bisnis tentu tidak dapat menahan perubahan teknologi.

IV. KESIMPULAN

Pengabdian kepada Masyarakat ini dilakukan dengan baik dan jawaban yang baik diperoleh. Masyarakat umumnya tidak

memahami pentingnya penggunaan teknologi sebagai media informasi, tetapi beberapa masyarakat telah menggunakan berbagai aplikasi untuk mempromosikan bisnis melalui media sosial, dan aplikasi untuk smartphone sebagai aplikasi yang terus digunakan. Mulai digital berbasis bisnis digital. Pentingnya pengetahuan keterampilan untuk bisnis online adalah untuk memahami, memahami tindakan komunitas positif pada pengembangan perusahaan tradisional untuk mendukung kualitas dukungan. Ini adalah komunitas untuk tujuan. Kualitas kegiatan bisnis digital generasi berikutnya. Asumsi ini adalah asumsi umum masyarakat di mana majikan perlu belajar ketika menggunakan media internet, tetapi dapat terjadi.

Sosialisasi yang diberikan kepada masyarakat umum mengubah cara berpikir, sehingga siswa memotivasi mereka sendiri ketika media internet perlu memberikan informasi lebih cepat terkait pelaku usaha dapat mengatur waktu mereka dan tidak bergantung pada orang lain. Namun, ada banyak hal yang perlu dipelajari pengusaha tentang manajemen risiko agar berhasil.

V. REFERENSI

1. Stephen, A. T. and Galak, J. 2012. "The Effects of Traditional and Social Earned Media on Sales: A Study of a Microlending Marketplace," *Journal of Marketing Research* 49(5), pp. 624-639.
2. Teece, David J. 2010. *Business Models, Business Strategy and Innovation*. Long Range Planning 43 (2010) 172-194
3. Thompson, E. R. 2009. Individual Entrepreneurial Intent: Construct Clarification and Development of an Internationally Reliable Metric. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 33(3): 669-694
4. Tiago, M. T. P. M. B., and Veríssimo, J. M. C. 2014. "Digital Marketing and Social Media: Why Bother?," *Business Horizons* 57(6), pp. 703-708.
5. Van Horne, Constance, et al. 2016. Young Entrepreneurs and the Digital Space: Case Studies from the UAE. *International Journal of Business and Management Studies*, ISSN: 2158-1479 :: 05(02):293-300 (2016)
6. Wymbs, C. 2011. "Digital Marketing: The Time for a New" Academic Major" Has Arrived," *Journal of Marketing Education* 33(1), 93-106