

METODE UNTUK MEMAJUKAN USAHA BISNIS *ONLINE* DI KALANGAN ANAK MUDA UNIVERSITAS WIDYA MANDALA SURABAYA

Jesslyn Diva

Program Studi Farmasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya
jesslyndwa@gmail.com

Yahya Iqbal Winanta

Program Studi Farmasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya
yahyaiqbal@ymail.com

ABSTRACT

The purpose of this research is to know or no influence creativity and motivation to be successful in the young of the interest be an entrepreneur among online businesses that are popular nowadays. This research is descriptive research using quantitative methods. Data from this research was obtained from survey and interviews direct question form which is distributed to the students/student who is doing business online against everything he is like selling clothes, accessories, bags, shoes, and food. Following are the results from the study suggested that (1) doing business online shop the most namely business suits, (2) was of course there to start a business that has long been and still are new, but most do business online shop is a student/student who just a few months of starting doing business, (3) the greatest difficulties faced by online shop is looking for consumers, (4) services among the most trusted by the pembisnis online is the JNE, and (5) many of them selling online shop as resellers. So the conclusion is not only in the field of creative lessons, but we can develop through a small business such as an online business that can motivate us to earn revenue on its own.

Keywords: Small and Medium Enterprises (SMEs), Be an Entrepreneur, Online Business, Consumers.

PENDAHULUAN

Dalam kehidupan di arus globalisasi kini banyak orang yang melakukan dan menjalankan ide-ide kreatif untuk mengikuti dan minimal menyejajarkan kehidupan ekonomi pada arus globalisasi tersebut. Kemajuan wirausaha di Indonesia makin berkembang tiap tahunnya dikarenakan kegiatan di bidang tersebut sangat berpengaruh di dalam suatu Negara bahkan merupakan suatu indikator maju tidaknya sebuah Negara. Karena itu banyak masyarakat yang semakin sadar akan pentingnya sebuah wirausaha di tiap-tiap elemen masyarakat. Setiap orang tentu saja ingin memiliki penghasilan dengan usaha sendiri, dan

dari sekian banyak usaha ternyata usaha berbisnis *online* inilah yang paling banyak diminati. Usaha berbisnis online dirasa cukup mudah dan praktis untuk dilakukan, karena saat ini bisnis tersebut banyak digandrungi oleh kalangan anak muda. Memang pada kenyataannya berbisnis *online* tidaklah susah. Usaha yang berbisnis *online* ini dapat dengan mudah untuk kita akses, hanya dengan memiliki *Smartphone* kita sudah dengan mudah untuk menjual barang dagangan kita di *via online* tersebut.

METODE

Metode penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Metode ini merupakan suatu metode yang dilakukan untuk mengungkapkan kebenaran dari suatu teori, dengan membahas data-data yang ada dengan parameter serta hipotesis sebagai tolok ukurnya. Metode inipun lebih cenderung kepada sebuah penelitian ilmiah. Dengan cara mengumpulkan data melalui ilmu pasti yaitu melalui kuesioner, survei serta wawancara. Hasil akhir yang akan ditampilkan akan berupa angka-angka objektif secara statistik dari data yang diperoleh.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bisnis *Online* terdiri dari 2 kata yakni *Bisnis* dan *Online*. *Bisnis* adalah suatu usaha atau aktivitas yang dilakukan oleh kelompok maupun individu, untuk mendapatkan laba/keuntungan dengan cara memproduksi produk maupun jasanya untuk memenuhi kebutuhan konsumennya. Sedangkan kata *Online* menurut kamus dan para ahli adalah suatu kegiatan yang terhubung melalui jaringan komputer yang dapat diakses melalui jaringan komputer lainnya (<http://indobo.com/pengertian-bisnis-online/>).

Secara etimologi, bisnis berarti keadaan dimana seseorang atau sekelompok orang sibuk melakukan pekerjaan yang menghasilkan keuntungan. Kata "bisnis" sendiri memiliki tiga penggunaan, tergantung skopnya — penggunaan singular kata bisnis dapat merujuk pada badan usaha, yaitu kesatuan yuridis (hukum), teknis, dan ekonomis yang bertujuan mencari laba atau keuntungan. Penggunaan yang lebih luas dapat merujuk pada sektor pasar tertentu, misalnya "bisnis pertelevisian." Penggunaan yang paling luas merujuk pada seluruh aktivitas yang dilakukan oleh komunitas penyedia barang dan jasa. Meskipun demikian, definisi "bisnis" yang tepat masih menjadi bahan perdebatan hingga saat ini.

(<http://id.m.wikipedia.org/wiki/Bisnis>).

Bisnis *online* di bagi menjadi 3 bagian, yaitu:

1. *Online to Online*: ini merupakan sebuah bisnis yang dilakukan secara *online*. Seperti contoh, kita membuka jualan *domain* dan *hosting*, ebook, jasa *web design*, *SEO service*, dan lain-lain.
2. *Online to Offline*: ini merupakan salah satu bisnis *online* yang dijalankan secara *offline*. Seperti contoh, jika kita membuka seminar *internet marketing*, membuka pelatihan *design web*, kursus *SEO Blog*, dan lain-lain.
3. *Offline to Online*: ini merupakan aktifitas kita sehari-hari sebagai wirausaha yang membuka bisnisnya dalam keadaan *offline* kemudian dipromosikan secara *online* melalui media sosial. Seperti contoh, kita membuka toko baju *online*, toko aksesoris *online*, dan lain-lain.

Para pelaku bisnis *online* dibagi menjadi 3 kategori, yaitu:

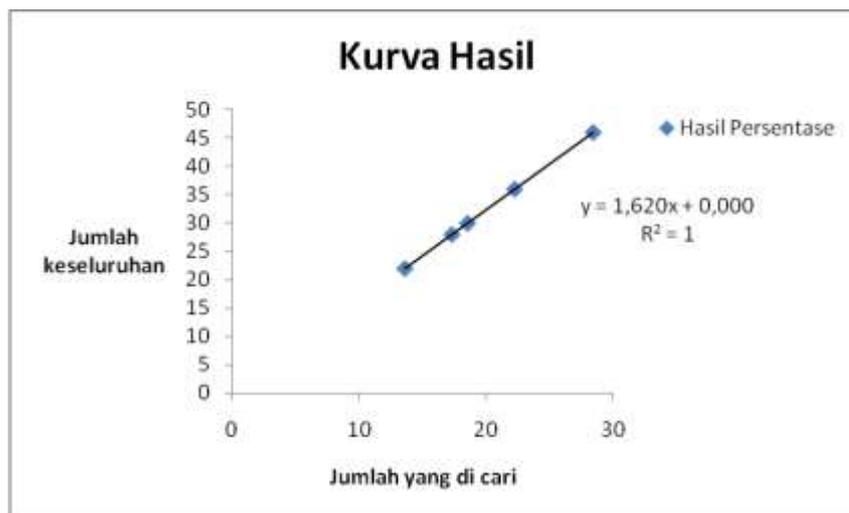
1. *Owner*: sebagian orang yang memiliki produk atau jasa.
2. *Marketer*: mereka-mereka yang mempunyai keahlian dalam memasarkan sebuah produk tanpa mempunyai produk tersebut.
3. *Publisher*: sebagian orang yang mempunyai *web/blog* dengan menyediakan ruang sebagai tempat promosi produk (<http://bisnisonlineyu.blogspot.com/2013/02/pengertian-bisnis-online.html?m=1>).

Pertanyaan yang diberikan merupakan pertanyaan yang dipilih secara selektif yang berhubungan selama para mahasiswa menjalankan bisnis *online* tersebut. Di antara pertanyaan tersebut ada yang menyebutkan apa saja kesulitan dalam berbisnis *online*, hal ini dimaksudkan untuk mengetahui secara keseluruhan apa saja kesulitan para mahasiswa sehingga nanti bisa diharapkan saling berintegrasi sesama pebisnis *online* untuk merangkumkan cara untuk melewati kesulitan tersebut. Kemudian pertanyaan tentang macam apa saja bisnis *online* tersebut merupakan ketetapan yang perlu diketahui bahwa seberapa jauhkah perkembangan bisnis *online* di kalangan mahasiswa serta seberapa dalamkah kekreatifan yang mereka lakukan pada bisnis *online* ini. Wawancara yang dilakukan merupakan tujuan untuk mengetahui perbedaan masalah yang dihadapi tiap mahasiswa dalam menjalankan bisnis *online* tersebut.

Berikut merupakan prosentase dari hasil kuisioner:

Hasil yang didapatkan adalah 28% untuk pertanyaan pertama dengan hasil jawaban terbanyak yaitu berjualan baju, 14% untuk pertanyaan kedua dengan hasil terbanyak yaitu memulai bisnis *online* baru beberapa bulan, 19% untuk pertanyaan ketiga dengan hasil terbanyak yaitu mencari konsumen dirasa cukup sulit bagi para pembisnis *online* ini, 22% untuk pertanyaan keempat dengan hasil terbanyak yaitu menggunakan jasa layanan antar dari JNE, dan 17% untuk pertanyaan kelima dengan hasil terbanyak mereka yang berbisnis *online* adalah sebagian besar sebagai *reseller*.

Telah diketahui data yang diperoleh dari pertanyaan yang diajukan melalui kuesioner serta wawancara, maka didapatkan kurva disintegrasi sebagai berikut:



Gambar 1. Kurva Hasil

Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa perkembangan wirausaha di bidang *online* mengalami kemajuan yang cukup pesat seiring dengan tumbuhnya inovasi dari kalangan-kalangan muda khususnya mahasiswa. Karena sebelumnya wirausaha dilakukan hanya dengan penawaran secara langsung dimana penjual hanya mendapatkan area yang digunakan untuk mengetahui adanya kegiatan wirausaha di tempat tersebut.

Perbandingan antara penelitian saat ini dengan penelitian di masa lalu menghasilkan suatu jawaban dari pertanyaan "mengapa bisnis *online* menjadi pilihan" dan perbandingan antara berbisnis dengan *online* dengan berbisnis secara konvensional, antara lain sebagai berikut:

A. Bisnis konvensional (*offline*)

1. Modal relatif besar, karena memerlukan tempat atau *took* untuk buka lapak. Tempat tersebut harus memenuhi syarat komersial, seperti letak yang strategis

tapi tentu saja mempunyai nilai sewa atau nilai beli yang sangat tinggi.

2. Memerlukan karyawan dan sebagai konsekuensinya ada pengeluaran dalam bentuk gaji.
3. Pemilik atau karyawan harus *stand by* di toko selama jam buka. Jika jam dikurangi tentu saja akan berdampak pada penurunan omset.
4. Jangkauan konsumen terbatas pada jarak dan waktu.
5. Pengiklanan terbatas.
6. Terkait dengan suatu yang bersifat fisik seperti transportasi, cuaca, alam, dan kondisi geografis.

B. Bisnis internet (*online*)

1. Tidak memerlukan toko yang bersifat fisik. Cukup dengan *domain* yang komersil dan biaya *hosting* yang relatif lebih terjangkau.
2. Bahkan tanpa karyawan.
3. Bebas dari kendala cuaca.
4. Jangkauan pemasaran tidak terbatas oleh ruang dan waktu.
5. Bisnis buka 24 jam tanpa ada istilah tutup.
6. Anda tidak harus bekerja *full time* karena semuanya serba bisa dibuat secara otomatis. Hanya saja perlu penanganan secara manual. Bahkan saat tidur atau berlibur pun transaksi dapat dijalankan tanpa mengganggu aktivitas.
7. Sebagai pebisnis anda tidak perlu meninggalkan pekerjaan anda yang utama yang saat ini dengan demikian anda berpeluang mendapatkan penghasilan dari 2 sumber.

Karena itu tak ada bisnis yang instan, semua membutuhkan kerja keras termasuk dalam bisnis *online*. Jangan mengharapkan hanya dengan membuat *website* atau berbisnis *online* lantas ratusan ribu datang begitu saja. Yang pertama harus dipikirkan adalah membuat *website* yang bagus secara visual dan mudah ditemukan.

KESIMPULAN

Bisnis *Online* adalah suatu kegiatan atau aktifitas yang dilakukan di media internet untuk menghasilkan uang. Seperti halnya sebuah kegiatan bisnis di kehidupan nyata, bisnis *online* yang dijalankan *via* internet ini pun memiliki tujuan yang sama yaitu menghasilkan

suatu keuntungan. Bisnis *online* memiliki prospek yang cukup besar pada saat ini dan di masa mendatang dimana hampir semua orang menginginkan kepraktisan dan kemudahan dalam hal memenuhi kebutuhan, praktis adalah salah satu ciri khas dari bisnis *online* dimana transaksi suatu bisnis dapat dilakukan tanpa betatap muka atau bahkan tidak saling kenal sebelumnya.

Dan alangkah baiknya jika dalam berbisnis *online* kita lakukan dengan jujur tanpa ada penipuan, sehingga masyarakat sekitar tidak merasa dirugikan, dan agar para pembisnis *online* yang jujur tidak terkena imbasnya dari para pembisnis *online* yang berjualan tidak jujur. Semoga hasil dari data yang didapatkan bisa menjadi motivasi terhadap diri anak muda untuk memiliki penghasilan sendiri sehingga dapat meraih kesuksesan di masa muda. Dan dengan adanya bisnis *online* ini para kalangan muda dapat mengembangkan lebih jauh lagi atas masing–masing bisnisnya karena bisnis *online* adalah bidang wirausaha yang dapat memenuhi faktor kemajuan pada suatu daerah apalagi jika yang mendominasi adalah para kalangan muda.

DAFTAR PUSTAKA

Nagel, P. J. F. 2014. *Entrepreneurship Investor dan Wirausaha yang Memanfaatkan Teknologi Sebagai Tools Untuk Melakukan Atau Menciptakan Peluang*. Telah dipresentasikan di ITS pada tanggal 30 September 2014.

Harian Kompas 17 Juli 2014.

<http://www.bimbingan.org/pengertian-deskriptif-kualitatif-dankuantitatif.htm>. Diakses pada tanggal 13 September 2014.

<http://webhostmu.com/cara-memulai-bisnis-online-bagi-pemula/>. Diakses pada tanggal 13 September 2014.

www.redcara.com/bisnis-online. Diakses pada tanggal 9 Oktober 2014.

<http://indobo.com/pengertian-bisnis-online/>. Diakses pada tanggal 9 Oktober 2014.

<http://www.pojokwebsite.com/tentang-bisnis-online.html>. Diakses pada tanggal 9 Oktober 2014.