

Startup adalah entitas bisnis serius yang sangat butuh kemampuan manajerial.

Tigor Tambunan, Ketua Jurusan Teknik Industri ISTT Surabaya

Kontan Sabtu, 21 Desember 2019

Tajuk

Kado Akhir Tahun

Thomas Hadiwinata

Dua pekan terakhir menjelang penutupan tahun 2019, kabar baik datang juga dari bursa saham. Perdagangan ekuitas yang sempat lesu, kembali ramai dengan mengalirnya dana asing. Selama lima hari yang berakhir pada Kamis (19/12), nilai bersih investor asing mencapai Rp 4,04 triliun.

Maraknya aksi beli tercermin juga dari pergerakan Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG). IHSG yang melemah 2,95% dari posisi awal tahunnya, alias *year-to-date* (ytd), pada akhir November lalu, kini sudah pindah ke jalur penguatan.

Sejumlah saham *big caps* pun kembali terangkat, bahkan mencekak rekor harga tertingginya di pekan ini. Ambil contoh, saham Bank Central Asia (BBCA), saham Barito Pacific (BRPT), dan saham Chandra Asri Tbk (TPIA).

Namun jika melihat kondisi ekonomi baik di dalam maupun di luar negeri, rasanya tidak tepat menggunakan hasil perdagangan selama sepekan terakhir sebagai pertanda cerahnya prospek bursa saham di tahun depan.

Penguatan IHSG yang terjadi belakangan ini lebih tepat dianggap sebagai kecenderungan yang lazim terjadi di akhir tahun. Inilah masa belanja terakhir para pengelola dana

juga investor kelas kakap. Tujuannya, apalagi kalau bukan mengejar gain sebelum tutup buku.

Sementara faktor-faktor yang mempengaruhi prospek bursa di tahun mendatang nyaris tidak mengalami perubahan. Ambil contoh, faktor eksternal, yang saat ini didominasi oleh hubungan dagang Amerika Serikat (AS) dan China.

Selain pematangan fase pertama kesepakatan dagang yang dijadwalkan pada Januari mendatang, tidak ada tanda-tanda hubungan AS-China akan kian hangat. Malah, bisa jadi perundingan kedua negara akan kembali molor. Pemerintah China yang pernah diberitakan meragukan kredibilitas kepemimpinan Trump dalam mengambil kebijakan, sangat mungkin akan mengulur proses negosiasi hingga terpilihnya presiden baru AS, akhir tahun depan.

Sedangkan kondisi ekonomi dalam negeri kita, yang merujuk ke anggaran negara, tidak juga banyak berubah. Penerimaan pajak yang kembali meleset dari target bisa menyebabkan keseimbangan primer dan anggaran kembali defisit.

Kendati prospek jangka panjang masih belum berubah, tidak berarti investor di bursa kehilangan peluang sama sekali mencari *cuam*. Apa yang terjadi selama dua pekan ini merupakan buktinya. Yang penting, investor jangan ketinggalan momentum memetik *cuam*.

Hadiah Natal dari Bursa Saham



Benny Rachmadi

Opini

Surat

Fenomena Ular Kobra

Sampai dengan hari ini, Kota Depok masih diteror oleh kemunculan ular kobra. Beberapa rumah warga yang berlokasi di sekitaran Depok, seperti Sawangan, Citayam, Depok Lama, bahkan sampai Margonda, disambangi oleh ular sendok tersebut. Baik yang ukurannya besar atau pun yang kecil.

Belum jelas kemunculan ular kobra secara serentak di kota yang dikenal sebagai Kota Belimbing itu. Yang jelas, kemunculannya membuat panik warga sekitar. Bahkan, ada beberapa warga yang masuk ke rumah sakit terkena gigitan ular kobra. Belum diketahui nasib warga tersebut.

Banyak yang bilang, kemunculan ular kobra karena lahan perkebunan dan persawahan yang berubah menjadi kawasan perumahan. **Maklum**, di Depok memang sedang ramai pembangunan perumahan. Ada juga yang mengatakan, kejadian tersebut murni karena alam atau tengah masuk musim penghujan.

Karena itu, Pemerintah Kota Depok harus bersikap cepat. Kemarin, Wali Kota Depok Idris Abdul Somad menyatakan, akan melibatkan intelijen untuk mengurai masalah ular kobra yang meneror masyarakat. Namun, pernyataannya ditarik kembali. Lalu apa sikap Pemerintah Depok? Kami warga jelas sangat was-was.

Abdul Furqon, Sawangan, Depok

Koreksi

DALAM pemberitaan Harian KONTAN edisi 20 Desember 2019, di halaman 6 dengan judul *Prospek Menarik Jika Produksi Naik*, di paragraf terakhir tertulis: Analisis Henan Puthirai Sekuritas Liza Camelia Suryanata senada merekomendasikan *buy on weakness* untuk saham MEDC dengan target harga tahun depan di antara Rp 1.000-Rp 1.400.

Seharusnya yang benar, Analisis Henan Puthirai Sekuritas Liza Camelia Suryanata senada merekomendasikan *buy on weakness* untuk saham MEDC dengan target harga tahun depan di antara Rp 1.000-Rp 1.400.

SMS

Akhirnya, Presiden Jokowi mengumumkan sekaligus melantik lima Dewan Pengawas KPK. Semoga, orang-orang yang terpilih jujur, amanah, tak gentar memberantas korupsi di Tanah Air. Dan, bukan malah membosani kewenangan lembaga antirasuah tersebut. KPK tidak boleh mati.

Hp 0812664xxxx

Saya sudah mencoba Tol Japek Elevated II. Ternyata, bukan cuma jalannya yang bergelombang, tetapi juga aspalnya. Jika jalan bebas hambatan, bukanlah dibuat bergelombang menjadi tidak aman bagi pengendara? Tidak hanya dari sisi kecepatan, sisi jarak pandang juga menjadi terbatas.

Hp 08561511xxxx

Semoga Jakarta tetap aman dan damai di tengah perayaan Natal tahun ini. Selamat merayakan Hari Raya Natal 2019!

Hp 08137743xxxx

Masih menunggu rancangan undang-undang (RUU) omnibus law yang hingga kini masih digodok pemerintah. Agar bisa segera dibahas, pemerintah juga perlu mempercepat pembahasan sejumlah hal dalam RUU tersebut. Jangan sampai molor lagi dari yang ditargetkan.

Hp 08116667xxxx

Kirim SMS Anda
081808 566826

Surat dan Pendapat

Gedung KONTAN
Jl. Kebayoran Lama
No. 1119 Jakarta 12210

Telephone
021-536-1289, 532-8134, 535-7536

Fax 021 - 535-7633

red@kontan.co.id

Menikmati Parade Kereta Startup

Situs Startupranking.com mencatat, di Indonesia saat ini ada 2.168 *startup* dan menempatkannya sebagai negara produsen *startup* terbesar nomor lima di dunia (16/12). Dan, ada 10 *startup* terbesar dengan urutan teratas: Bukalapak (*marketplace*), Traveloka (*traveltech*), Blibli (*marketplace*), Zalora (*marketplace*), RuangGuru (*edutech*), Blanja (*marketplace*), Zenius Education (*edutech*), DokterSehat (*healthtech*), Alodokter (*healthtech*), dan Mojok (*online media*). *Startup* tersebut lahir antara tahun 2007-2015.

Startupranking.com tidak mencatat nilai kinerja ekonomi. Yang direkam adalah kinerja teknologi situs dan interaksi sosial digital, salah satunya jumlah kunjungan. Ini dianggap sangat penting untuk memprediksi potensi kinerja finansial. Menurut SimilarWeb, sepuluh besar *startup* tadi mendapat 2,74 juta-38,16 juta kunjungan digital per bulan.

Secara global, peringkat pertama *startup* versi Startupranking.com diduduki Medium, platform publikasi online dari Amerika Serikat. Tempat kedua diduduki 500px, *startup* asal Kanada yang menyediakan platform digital bagi fotografer. Canva, SaaS (*software as a service*) bidang desain grafis dari Australia di peringkat tiga. Giphy, mesin pencari khusus citra GIF dari Amerika Serikat di tempat keempat. Dalam interaksi sosial digital, Medium mendapat 167,9 juta kunjungan per bulan, Canva di angka 87,31 juta, sedangkan Giphy sekitar 80,03 juta. Ketiganya jauh di atas Bukalapak. Bagaimana dengan 500px? *Startup* nomor dua dunia ini "hanya" mendapat 7,18 juta kunjungan per bulan, jauh di bawah Alodokter yang menduduki peringkat 179 dunia.

Ada dua informasi menarik. Pertama, "pemimpin" dan bauran bidang bisnis *startup* di setiap negara tidak sama. Kedua, peringkat *startup* tidak menunjukkan peringkat jumlah kunjungan digital ke *startup* tersebut. Artinya, peringkat *startup* tidak berbanding lurus dengan potensi kinerja finansialnya.

Hampir tidak mungkin meniadakan motif ekonomi di balik kelahiran sebuah *startup*, termasuk yang mengaku non-profit seperti Medium. Gambaran *revenue stream startup* nomor satu di dunia dan di Amerika Serikat ini cukup jelas.

Medium menerapkan biaya keanggotaan per bulan bagi yang ingin membaca lebih dari tiga artikel dalam situs mereka, sedangkan para penulis akan mendapatkan imbalan sesuai durasi membaca para pembaca. Beda dengan 500px. Selain memiliki skema *freemium*, *startup* yang berdiri sejak 2009 ini punya beberapa



Tigor Tambunan, Ketua Jurusan Teknik Industri Institut Sains dan Teknologi Terpadu (ISTT) Surabaya

tiap skema sangat berbeda sehingga berpotensi menarik pengguna fotografi untuk mencobanya.

Mirip 500px, Canva menetapkan tiga skema bisnis, yakni satu skema *freemium* dan dua skema berbayar (US\$ 12,95 dan US\$ 30 per bulan). Canva berupaya, agar pengguna skema *freemium* bisa dikonversi menjadi pengguna berbayar. Di 2018, untuk pertama kalinya Canva membukukan keuntungan setelah berjalan enam tahun. Realitanya, sedikit sekali *startup* seperti Canva. Dengan model bisnis yang jelas dan kunjungan digital besar, justru tidak bisa jadi tolok ukur sebuah *startup* mencetak keuntungan, termasuk bagi unicorn.

Jangan ikut-ikutan

Startup sendiri adalah tahap sebuah organisasi bisnis baru berdiri. Tahap ini sangat kritis! Ibarat manusia, perusahaan di tahap *startup* adalah bayi ekonomi. Kesehatannya harus diperhatikan secara serius sejak lahir. Jangan sampai mengalami *stunting* karena sumber dayanya terpas habis untuk mengikuti berbagai *training*, *mentoring*, dan *pitching*. Juga, jangan sampai terlibat montok mengemukakan tapi sebenarnya mengalami obesitas ekonomi yang mematikan.

Secara teoritis, tidak ada batasan umur kapan sebuah perusahaan masih bisa dianggap sebagai *startup*. Startupranking.com menggunakan angka 10 tahun sebagai batas status *startup* sebuah perusahaan. Angka ini juga tak bisa dijadikan patokan. Makin lama sebuah perusahaan berstatus *startup*, makin "tua" pula statusnya sebagai bayi ekonomi.

ini. Menjaga bayi ekonomi tetap bernafas lega dan membuatnya tumbuh menjadi remaja ekonomi yang sehat adalah dua hal yang berbeda namun berkesinambungan.

Sebagai gambaran, Iprice mencatat ada lima *marketplace* ternama di Indonesia memiliki karyawan 1.500 orang-3.400 orang. Beban ketenagakerjaan ini saja sudah pasti membuat *startup* sesak nafas dan berjalan tersendat-sendat, apalagi jika sumber dan pasokan *revenue*-nya tidak jelas. Belum lagi, angin digital mengembuskan kabar kalau upah para pekerja di sektor ini sangat seki. Akankah bayi ini tumbuh besar dan sehat? Hanya para pendiri dan investor yang mengetahuinya.

CBInsight melaporkan, sekitar 70% *startup* mengalami kegagalan dalam waktu 20 bulan setelah memperoleh dukungan pendanaan untuk pertama kali. Lima masalah terbesar adalah karena produk yang mereka jual sebenarnya tidak dibutuhkan (42%), kehabisan amunisi keuangan (29%), sumber daya manusia tidak fit (23%), gagal berkompetisi (19%), dan masalah dalam penentuan harga dan biaya produk (18%). Lima belas masalah lain bisa dibilang non-teknologi digital.

Meskipun hidup di era teknologi digital, penentu kesuksesan sebuah *startup* bukanlah teknologi. Apakah itu dari sisi siklus hidup, organisasi, jumlah *visitor* per bulan, *follower*, *likes*, dan berbagai indikator interaksi sosial maupun teknologi digital lainnya. Peringkat AppStore dan PlayStore juga bukan ukuran kesehatan *startup*.

Jadi, jangan menyederhanakan *startup* sebagai sebuah produk berteknologi alias *start-ups* (baca: membuat aplikasi digital di *smartphone*). *Startup* adalah entitas bisnis yang sangat serius. Butuh kemampuan manajerial dan komitmen yang kuat untuk membangunnya. Kombinasi kreativitas, inovasi, dan modal yang besar sekalipun tidak cukup.

Teknologi digital telah berhasil menjadikan *startup* sebagai entitas bisnis yang fenomenal. Seantero dunia membicarakaninya. Teknologi digital telah menyulap faktor popularitas menjadi kereta parade yang dianggap bernilai sangat tinggi para penumpangnya. Banyak yang terpesona dan tertarik lompat ke atasnya.

Don't jump on the bandwagon! Jangan ikut-ikutan melompat ke atas kereta parade *startup* yang penuh sesak sambil menyebarkan uang 100-pun hanya demi menikmati sorak sorai penonton di sepanjang jalan. Kapasitas kereta ada batasnya. Mengapa tidak mencoba menjual minuman atau menyewakan kursi ke penumpang *bandwagon* yang kehabisan atau kekelahan?

Menikmati Parade Kereta Startup

Situs Startupranking.com mencatat, di Indonesia saat ini ada 2.168 startup dan menempatkannya sebagai negara produsen startup terbesar nomor lima di dunia (16/12). Dan, ada 10 startup terbesar dengan urutan teratas: Bukalapak (marketplace), Traveloka (traveltech), Blibli (marketplace), Zalora (marketplace), RuangGuru (edutech), Blanja (marketplace), Zenius Education (edutech), DokterSehat (healthtech), Alodokter (healthtech), dan Mojok (online media). Startup tersebut lahir antara tahun 2007-2015.

Startupranking.com tidak mencatat nilai kinerja ekonomi. Yang direkam adalah kinerja teknologi situs dan interaksi sosial digital, salah satunya jumlah kunjungan. Ini dianggap sangat penting untuk memprediksi potensi kinerja finansial. Menurut SimilarWeb, sepuluh besar startup tadi mendapat 2,74 juta-38,16 juta kunjungan digital per bulan.

Secara global, peringkat pertama startup versi Startupranking.com diduduki Medium, platform publikasi online dari Amerika Serikat. Tempat kedua diduduki 500px, startup asal Kanada yang menyediakan platform digital bagi fotografer. Canva, SaaS (software as a service) bidang desain grafis dari Australia di peringkat tiga. Giphy, mesin pencari khusus citra GIF dari Amerika Serikat di tempat keempat. Dalam interaksi sosial digital, Medium mendapat 167,9 juta kunjungan per bulan, Canva di angka 87,31 juta, sedangkan Giphy sekitar 89,03 juta. Ketiganya jauh di atas Bukalapak. Bagaimana dengan 500px? Startup nomor dua dunia ini "hanya" mendapat 7,18 juta kunjungan per bulan, jauh di bawah Alodokter yang menduduki peringkat 179 dunia.

Ada dua informasi menarik. Pertama, "pemimpin" dan bauran bidang bisnis startup di setiap negara tidak sama. Kedua, peringkat startup tidak menunjukkan peringkat jumlah kunjungan digital ke startup tersebut. Artinya, peringkat startup tidak berbanding lurus dengan potensi kinerja finansialnya.

Hampir tidak mungkin meniadakan motif ekonomi di balik kelahiran sebuah startup, termasuk yang mengaku non-profit seperti Medium. Gambaran revenue stream startup nomor satu di dunia dan di Amerika Serikat ini cukup jelas.

Medium menerapkan biaya keanggotaan per bulan bagi yang ingin membaca lebih dari tiga artikel dalam situs mereka, sedangkan para penulis akan mendapatkan imbalan sesuai durasi membaca para pembaca. Beda dengan 500px. Selain memiliki skema freemium, startup yang berdiri sejak 2009 ini punya berbagai skema berbayar bagi para anggotanya. Fitur



Tigor Tambunan,
Ketua Jurusan Teknik Industri
Institut Sains dan Teknologi Terpadu (ISTT)
Surabaya

tiap skema sangat berbeda sehingga berpotensi menarik penggila fotografi untuk mencobanya.

Mirip 500px, Canva menetapkan tiga skema bisnis, yakni satu skema freemium dan dua skema berbayar (US\$ 12,95 dan US\$ 30 per bulan). Canva berupaya, agar pengguna skema freemium bisa dikonversi menjadi pengguna berbayar. Di 2018, untuk pertama kalinya Canva membukukan keuntungan setelah berjalan enam tahun. Realitanya, sedikit sekali startup seperti Canva. Dengan model bisnis yang jelas dan kunjungan digital besar, justru tidak bisa jadi tolok ukur sebuah startup mencetak keuntungan, termasuk bagi unicorn.

Jangan ikut-ikutan

Startup sendiri adalah tahap sebuah organisasi bisnis baru berdiri. Tahap ini sangat kritis! Ibarat manusia, perusahaan di tahap startup adalah bayi ekonomi. Kesehatan harus diperhatikan secara serius sejak lahir. Jangan sampai mengalami stunting karena sumber dayanya terperas habis untuk mengikuti berbagai training, mentoring, dan pitching. Juga, jangan sampai terlihat montok menggemaskan tapi sebenarnya mengalami obesitas ekonomi yang mematikan.

Secara teoritis, tidak ada batasan umur kapan sebuah perusahaan masih bisa dianggap sebagai startup. Startupranking.com menggunakan angka 10 tahun sebagai batas status startup sebuah perusahaan. Angka ini juga tak bisa dijadikan patokan. Makin lama sebuah perusahaan berstatus startup, makin "tua" pula statusnya sebagai bayi ekonomi.

Kita perlu kritis terhadap kesehatan organisasi dan bisnis bayi ekonomi yang sudah tua

ini. Menjaga bayi ekonomi tetap bernafas lega dan membuatnya tumbuh menjadi remaja ekonomi yang sehat adalah dua hal yang berbeda namun berkesinambungan.

Sebagai gambaran, Iprice mencatat ada lima marketplace ternama di Indonesia memiliki karyawan 1.500 orang-3.400 orang. Beban ketenagakerjaan ini saja sudah pasti membuat startup sesak nafas dan berjalan tersendat-sendat, apalagi jika sumber dan pasokan re-energizer-nya tidak jelas. Belum lagi, angin digital mengembuskan kabar kalau upah para pekerja di sektor ini sangat seksi. Akankah bayi ini tumbuh besar dan sehat? Hanya para pendiri dan investor yang mengetahuinya.

CBInsight melaporkan, sekitar 70% startup mengalami kegagalan dalam waktu 20 bulan setelah memperoleh dukungan pendanaan untuk pertama kali. Lima masalah terbesar adalah karena produk yang mereka jual sebenarnya tidak dibutuhkan (42%), kehabisan amunisi keuangan (29%), sumber daya manusia tidak fit (23%), gagal berkompetisi (19%), dan masalah dalam penentuan harga dan biaya produk (18%). Lima belas masalah lain bisa dibilang non-teknologi digital.

Meskipun hidup di era teknologi digital, penentu kesuksesan sebuah startup bukanlah teknologi. Apakah itu dari sisi siklus hidup organisasi, jumlah visitor per bulan, follower, likes, dan berbagai indikator interaksi sosial maupun teknologi digital lainnya. Peringkat AppStore dan PlayStore juga bukan ukuran kesehatan startup.

Jadi, jangan menyederhanakan startup sebagai sebuah produk berteknologi alias start-ups (baca: membuat aplikasi digital di smartphone). Startup adalah entitas bisnis yang sangat serius. Butuh kemampuan manajerial dan komitmen yang kuat untuk membangunnya. Kombinasi kreativitas, inovasi, dan modal yang besar sekalipun tidak cukup.

Teknologi digital telah berhasil menjadikan startup sebagai entitas bisnis yang fenomenal. Seantero dunia membicarakannya. Teknologi digital telah menyulap faktor popularitas menjadi kereta parade yang dianggap bernilai sangat tinggi para penumpangnya. Banyak yang terpesona dan tertarik lompat ke atasnya.

Don't jump on the bandwagon! Jangan ikut-ikutan melompat ke atas kereta parade startup yang penuh sesak sambil menyebar uang tumpukan hanya demi menikmati sorak sorai penonton di sepanjang jalan. Kapasitas kereta ada batasnya. Mengapa tidak mencoba menjual minuman atau menyewakan kursi ke penonton parade yang kehausan atau kelelahan? Sepertinya lebih masuk akal.

Surat Izin: Surat Keputusan Menpen Nomor 307/ SIUPP/B.1/1996, tanggal 19 Maret 1996. **Direktur:** Lukas Widjaja, Ardian Taufik Gesuri **Pemimpin Redaksi/**
Dewan Redaksi: Ardian Taufik Gesuri, Hasbi Maulana, Hendrika Yunapritta, Djumyati Partawidjaja, Titis Nurdiana, Ahmad Febrian, Markus Sumartomdjon, R. Cipta
ata, Thomas Hadiwinata, Yuwono Triatmodjo, Khomarul Hidayat, Syamsul Ashar, SS Kurniawan, Havid Vebri, Wahyu Tri Rahmawati, Asnil Bambang Amri, Lamgiat
h, Sandy Baskoro, Avanty Nurdiana, Adi Wikanto, Dupla Kartini, Rizki Caturini, Fransiska Firlana S., Anastasia Lilin, Azis Husaini, Anna Suci Perwitasari, Yudho Winarto,
Prasetyo, Tedy Gumilar, Fahriyadi, Ragil Nugroho, Nina Dwiastika, Noverius Laoli, Handoyo, Narita Indrastiti, Dadan M. Ramdan, Tendi Mahadi, Dityasa Hanin F., Tri
Werdiningsih, Francisca Bertha Vistika Putri, Wuwun Nafsiah, Pratama Guitarra, Jane Aprilyani, Dina Mirayanti Hutahuruk, Laurensius Marshall S.S. Andy Dwijayanto,
Agung Hidayat, Maizal Walfajri, Abdul Basith Bardan, Lidya Yuniarta P, Anggar Septiadi, Grace Olivia, Ferrika Sari, Dimas Andi Shadewa, Intan Nirmala Sari, Sugeng
la Mulyana, Lidya Yuniarta, Yusuf Imam Santoso, Venny Suryanto, Benedicta Alvinta P., Nur Qolbi **Sekretariat Redaksi:** Pipih Nurtapiah **Manager Produksi &**
Rancang Grafis: Candra Kusmana, Hendrik ST Oloan Tambunan, Steve G.A., Lim Ping Hauw, Norbert Pramudyo, Lilyk Sugiarti, Ary Agus Sugianto, **Redaktur Foto:**
Waluyo, Wicaksono Daniel Prabowo, Cheppy A. Muchlis **Muradi, Baihaki, Fransiskus Parulian** **Videografer:** Melly Anne Firdianti, David Kurniawan **Penyelaras**
an Dokumentasi Foto: Dedi Sukanto, Nasrudi Kaisuku **Perpustakaan dan Pemeliharaan Data:** Defi Riswiani, Priyanto, Nugroho, **GM Bisnis:** R. Cipta Wahyana
h Sulistyorini M., FX Tutur Wibowo, Adhika Kirana, Christoporos Adesta, Wendi Setiyo Utomo, Cecilia Valencia, Rizki Arisanti, Areka, Christian B Adi, Evelyn Ivania, Siti
navanta, Herwanda Aditya. **Marketing Communication:** Ignatius Andri Indradie, Maggie Quesada, **Marketing & Circulation:** Agustinus B. Permana, Renggo
Matasak, Cipta Wahyana, Anis Kristanti. **Alamat Redaksi:** Gedung KONTAN, Jalan Kebayoran Lama