

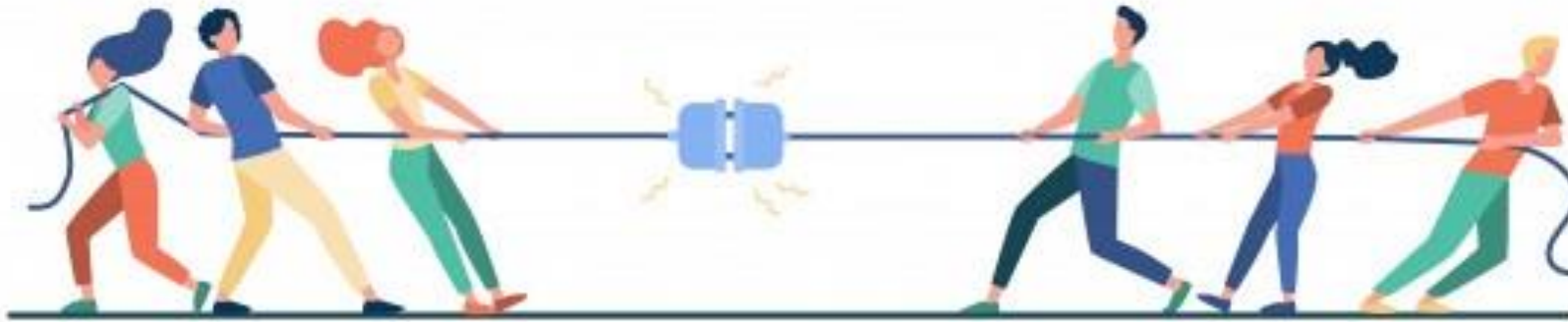


PERTEMUAN 9

STRATEGI KEWIRAUSAHAAN DIGITAL

BAB 4

KISAH-KISAH PEJUANG UMKM GO DIGITAL



Di tengah persaingan pasar yang semakin ketat, yang mampu bertahan adalah mereka yang mampu menyesuaikan diri dengan perubahan jaman. Beberapa pelaku bisnis yang go digital, dapat melihat peluang yang lebih besar dengan memaksimalkan platform jual beli online sehingga meraih keuntungan yang maksimal.

Platform jual beli online, BukaLapak, Tokopedia, OLX, dan lainnya, menambahkan kolom artikel pada website-nya untuk memuat beberapa kisah pelaku bisnis dan pengembang UMKM yang sukses menjalankan bisnis online dengan platform mereka. Beberapa di antaranya adalah pelaku UMKM yang sebelumnya telah menjalankan bisnis lebih dahulu. Berikut adalah beberapa kisahnya:

1 Sri Harsono, Pemilik Brand Tas Ardani Indonesia



Harsono adalah pemilik bisnis tas ransel buatan tangan yang berasal dari Kota Semarang. Bisnis yang dijalankannya telah dilakukan selama 15 tahun. Hingga akhirnya pada tahun 2015, Harsono memutuskan untuk menjadi pelapak di BukaLapak.

2

Kiko Ardiansjah, Penjual Alat-Alat Seni Lokal



Kiko sudah lebih dari 10 tahun bergelut di dunia industri kreatif. Dia merasakan betapa sulitnya mencari alat-alat seni seperti gunting, cutter, malam, penggaris, pengukur, dan lain-lain karena memiliki spesifikasi tertentu. Sehingga untuk mendapatkan alat tersebut, maka harus diimpor dan didapatkan dengan harga yang mahal.

Akhirnya Kiko berinisiatif untuk berwirausaha dengan menciptakan alat-alat seni yang ia buat sendiri. Kiko membuka toko online di Tokopedia bernama Dreamshop dan memasarkan alat-alat seni tersebut. Saat ini, Kiko sudah memiliki pelanggan tetap yang kebanyakan berprofesi sebagai desainer, pemahat, kurator, dan seniman.

3

Retno Hastuti, Pengusaha UKM Kayu Pinus GSA Woodcraft



Retno adalah perajin kayu yang mengembangkan usaha kerajinan dari kayu untuk perabot rumah tangga dan hiasan rumah asal kota Malang. Sebelum memasarkan menggunakan media sosial, Retno hanya membuka workshop saat ada pameran kerajinan dari pemerintah. Tetapi sejak menggunakan sosial media (Facebook dan Instagram), Retno mengaku bahwa pesanannya melonjak tajam.

Omzet penjualan Retno tiap bulan mencapai 25-30juta. Apabila ada pesanan khusus untuk buah tangan pernikahan, Retno akan mendapat omzet lebih dari jumlah tersebut. Berkat bantuan Facebook dan Instagram, saat ini Retno bisa memasarkan produknya ke kota-kota besar di Indonesia.



KISAH PENDIRI START-UP

contoh beberapa orang yang membangun start-up di Indonesia.



William Tanuwijaya
(Pendiri Tokopedia)



Nadiem Makarim
(Pendiri GO-JEK)



Achmad Zaky
(CEO Bukalapak.com)

Selain ketiga nama tersebut, ada beberapa nama yang dapat diperhitungkan sebagai pemilik bisnis digital yang prospek di masa depan. Berikut adalah beberapa contohnya:

1 Andreas Senjaya, CEO iGrow



iGrow merupakan sebuah platform yang bisa menghubungkan para petani, pemilik lahan, dengan orang-orang yang ingin berinvestasi di bisnis pertanian. Sebelum menjadi start-up yang didanai oleh berbagai investor, Jay membawa iGrow dalam berbagai kompetisi.

iGrow



2014

iGrow memenangkan kompetisi **pitching Arena** yang diadakan oleh **Tech in Asia Conference**

2015

mengikuti kompetisi **start-up internasional** bernama **Start-up Istanbul** dan menjadi juara kedua. Sejak saat itu, iGrow pun berhasil masuk ke dalam akselerator yang dibuat oleh **500 Start-ups di San Fransisco**

2016

total lahan yang telah dimanfaatkan oleh iGrow sudah mencapai **1.197 hektar**, dengan **4.613 orang** telah melakukan investasi di platform tersebut.

2 Diajeng Lestari, CEO HijUP



e-commerce B2c (Business to Customer) dengan konsep fashion mall

Nama **HijUp** sendiri dipilih supaya muslimah yang mengenakan hijab selalu merasa “UP”

sudah ada lebih dari **200 brand** dari para desainer lokal yang tergabung di website-nya

Pada tahun 2014, **HijUp** tidak hanya menjual fashion muslim dengan mencoba menjual kebutuhan pakaian anak-anak dan produk-produk *home & living*.

3

Alfatih Timur, CEO Kitabisa



Kitabisa adalah sebuah platform yang berbasis gerakan sosial pengumpulan dana online. Ide ini mengantarkan Fatih menjadi 30 Pengusaha Di Bawah Umur 30 Tahun versi Majalah Forbes. Sejak didirikan tahun 2013, Kitabisa sudah mendanai lebih dari 2500 kampanye penggalangan dana online, dengan jumlah dana lebih dari 45 miliar sampai Oktober 2016. Platform tersebut sudah menghubungkan lebih dari 153 ribu orang, yang disebut Orang Baik.

KOMITMEN PEMERINTAH

Menurut Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Kemenkop UKM)



pemerintah menargetkan **8 juta UMKM**





Perkembangan ekonomi digital akan membawa pengaruh langsung pada pertumbuhan **Gross Domestic Product (GDP)** nasional. Apabila nilai e-Commerce mencapai **130 miliar**, pada tahun 2020 akan berdampak pada GDP Indonesia yang mencapai 9%. Gerakan ini akan menyediakan pusat inovasi di tiap kota sebagai titik kumpul komunitas teknologi, kreatif, dan budaya, sekaligus juga menyediakan **co-working space** agar para pelaku dan kreator lokal dapat berkolaborasi menciptakan solusi bagi kebutuhan masyarakat, baik dalam level lokal maupun nasional.

Di tengah perkembangan teknologi di segala sektor, pemerintah berkomitmen penuh untuk turut mendukung dan mempersiapkan jalan agar masyarakat merasakan dampak positif dari digitalisasi sedang terjadi.



PENUTUP

“Lakukan deregulasi besar-besaran untuk mendukung berkembangnya industri e-Commerce. Satu hal lain yang tidak boleh dilupakan adalah pelatihan untuk mengembangkan kapasitas bagi pelaku pemula e-Commerce sehingga akan semakin mampu bersaing di dunia bisnis.”

– Presiden Jokowi (Rapat Terbatas Pengembangan Ekonomi Digital, 27 September 2016) --



TERIMA KASIH

