

SINOPSIS

Mata kuliah Kewirausahaan menjadi satu mata kuliah penting yang diberikan pada setiap program studi di seluruh jenjang pendidikan di perguruan tinggi. Kehadiran buku ajar alternatif berjudul WIRAUSAHA INTERNET ini bertujuan untuk membekali mahasiswa pengetahuan terkait dengan kemampuan dalam praktek berwirausaha memanfaatkan internet dalam melaksanakan aktivitas berwirausaha. Buku ajar alternatif ini dapat melengkapi khasanah ilmu pengetahuan dalam pendidikan wirausaha di tingkat perguruan tinggi sebagai solusi mengatasi persoalan tidak relevannya kebutuhan belajar dengan aktivitas pembelajaran pada mata kuliah Kewirausahaan menyesuaikan perkembangan abad 21.

Dr. Muharika Dewi, M. Pd.T, dosen Kewirausahaan Universitas Putra Indonesia "YPTK" Padang sejak tahun 2013, penulis buku-buku Pendidikan bidang Kewirausahaan dan Metodologi Penelitian. Memiliki hasil penelitian pada pengembangan model-model pembelajaran vokasi. Beraktivitas sebagai pengelola CV Muharika Rumah Ilmiah yang merupakan wadah penggiat literasi pendidik Indonesia khususnya di Sumatera Barat.

Sitti Rizki Mulyani, S.Pd, MM. CHRA, dosen dan praktisi pada kajian ilmu Human Resources khususnya pada bidang Manajemen, Manajemen Sumber Daya Manusia, dan Pendidikan Karakter di Universitas Putra Indonesia "YPTK" Padang. Memiliki aktivitas keseharian sebagai pengurus yayasan institusi Pendidikan Universitas Putra Indonesia "YPTK" Padang dan pemilik usaha Silungkang art shop dan Rumah Makan Silungkang di Padang Sumatera Barat.

Penerbit



CV. MUHARIKA RUMAH ILMIAH
Jl. Rambutan V No.49/51 Belimbing
Kuranji Padang
mkea2010@gmail.com
www.panduanbukuajar.com

ISBN 978-623-92119-1-2



WIRAUSAHA INTERNET

Dr. Muharika D., M.Pd.T
Sitti Rizki Mulyani, S.Pd., MM. CHRA

WIRAUSAHA INTERNET

BUKU AJAR ALTERNATIF



Dr. Muharika D., M.Pd.T
Sitti Rizki Mulyani, S.Pd., MM. CHRA

WIRUSAHA INTERNET

BUKU AJAR ALTERNATIF

Dr. Muharika D.
Sitti Rizki Mulyani, S.Pd., MM. CHRA.

Penerbit
CV. MUHARIKA RUMAH ILMIAH

WIRUSAHA INTERNET

BUKU AJAR ALTERNATIF MATA KULIAH KEWIRUSAHAAN

Penulis

Dr. Muharika D., M.Pd.T

Sitti Rizki Mulyani, S.Pd. MM. CHRA

ISBN : 978 623 92119 1 2

Editor :

A. Ridwan

Tata Letak :

Alif Bonay

Desain sampul :

Alif Bonay

Penerbit :

CV. MUHARIKA RUMAH ILMIAH

Jalan Rambutan V No. 49/51 Perumnas Belimbing

Kuranji – Padang

Telp/WA : 082284557747

Email : mkea2010@gmail.com

Website : www.panduanbukuajar.com

Cetak Pertama, November 2019

Hak Cipta dilindungi undang-undang

Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini dengan bentuk dan cara apa pun tanpa izin tertulis dari penerbit.

Kata Pengantar

Kewirausahaan merupakan satu disiplin ilmu yang menjadi kebutuhan dalam memberikan kemampuan bertahan dalam menyikapi perkembangan globalisasi. Mata kuliah Kewirausahaan menjadi satu mata kuliah penting yang diberikan pada setiap program studi di seluruh jenjang pendidikan di perguruan tinggi. Kehadiran buku ajar alternatif berjudul WIRAUSAHA INTERNET ini bertujuan untuk membekali mahasiswa pengetahuan terkait dengan kemampuan dalam praktek berwirausaha dengan memanfaatkan sarana internet sebagai media melaksanakan aktivitas berwirausaha. Terdapat beberapa pergeseran dalam paradigma terkait dengan aktivitas berwirausaha menyesuaikan perkembangan teknologi dan media informasi, hal ini tentu saja harus disikapi dengan cara berfikir maju dari seorang wirausaha. Penulis berharap buku ajar alternatif ini dapat melengkapi khasanah ilmu pengetahuan dalam pendidikan wirausaha di tingkat perguruan tinggi sebagai solusi mengatasi persoalan tidak relevannya kebutuhan belajar dengan aktivitas pembelajaran pada mata kuliah Kewirausahaan menyesuaikan perkembangan abad 21. Terimakasih pada setiap pihak yang telah membantu terwujudnya penulisan buku ini, semoga Allah Ta'ala memberkahi dan memberikan hidayah bagi kita semua untuk mampu memahami pengetahuan yang terus berkembang.

Padang, November 2019

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Dalam	1
Kata Pengantar	3
BAB 1 WIRUSAHA INTERNET DALAM BISNIS ONLINE	7
PENDAHULUAN	7
PENYAJIAN MATERI	8
Definisi Wirausaha	8
Definisi Kewirausahaan	10
Wirausaha Internet	13
Fenomena Munculnya Wirausaha Internet	20
RANGKUMAN	21
TUGAS	21
REFERENSI	22
BAB 2 MINAT BAKAT, MOTIVASI DALAM BISNIS ONLINE	24
PENDAHULUAN	24
PENYAJIAN MATERI	25
Minat, Bakat sebagai Kekuatan Membangun Bisnis di Internet	25
Teori Motivasi dalam membentuk Wirausaha Internet	31
RANGKUMAN	34
TUGAS	35
REFERENSI	35
BAB 3 KEUNTUNGAN DAN KERUGIAN MENJADI WIRUSAHA INTERNET	36
PENDAHULUAN	36

PENYAJIAN MATERI	37
Keuntungan Wirausaha Internet	37
Kerugian Menjadi Wirausaha Internet	39
Penyebab Kegagalan Wirausaha Internet	43
Saran untuk Kesuksesan Wirausaha Internet	47
RANGKUMAN	53
TUGAS	54
REFERENSI	55
BAB 4 STAR UP WIRAUSAHA INTERNET	56
PENDAHULUAN	56
PENYAJIAN MATERI	57
Pengertian <i>Start up</i>	57
Proses Terbentuknya Start Up	59
Masalah Umum yang dihadapi Start Up	62
Cerita Sukses <i>Start Up</i>	67
RANGKUMAN	75
TUGAS	76
REFERENSI	77
BAB 5 AKTIVITAS WIRAUSAHA INTERNET 5.....	78
PENDAHULUAN	78
PENYAJIAN MATERI	79

Peluang Bisnis Melalui Jaringan Internet (Online)	79
Pengertian dan Perbedaan <i>E Business</i> dan <i>E Commerce</i>	83
Karakteristik E Commerce	87
Model Bisnis Online dan Jenis Bisnis Online	89
Ruang Lingkup Bisnis Online	103
Transaksi Pembayaran dalam Bisnis Online	110
Merencanakan Bisnis Online	119
Perlindungan Konsumen Bisnis Online	128
Perlindungan HAKI dan Hak Pribadi	134
RANGKUMAN	146
TUGAS	147
REFERENSI	148
BIODATA PENULIS	150

BAB I

WIRUSAHA INTERNET DALAM BISNIS ONLINE

PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan Teknologi Informasi di Era Globalisasi terjadi perubahan cara dan pola berbisnis di dunia. Perkembangan tersebut mempengaruhi interaksi bisnis dikalangan wirausaha dari segala tingkatan pelaku usaha, baik bisnis retail, menengah bahkan bisnis berskala besar. Pola transaksi yang semula dilaksanakan secara manual (offline) tanpa menggunakan jaringan internet atau hanya beberapa pelaku wirausaha berskala besar yang melaksanakan kegiatan usaha menggunakan jaringan internet berubah drastis sejak kemudahan akses internet menjadi fenomena beberapa tahun berjalan. Hal ini menyebabkan transaksi secara online tidak lagi menjadi hal khusus, namun suatu hal biasa yang harus dikuasai semua pelaku wirausaha yang bermaksud memperdagangkan produk ataupun jasa.

Kekuatan jaringan internet yang dapat menembus batas ruang dan waktu untuk memperoleh keuntungan dalam berbisnis patut disadari oleh mahasiswa sebagai pelaku kegiatan wirausaha. Internet telah merubah pola berbisnis, oleh karena itu mahasiswa perlu mengetahui bagaimana cara untuk menjadi seorang wirausaha internet,

memahami konsep dari bisnis online, sehingga mahasiswa dapat menjadi seorang wirausaha internet.

Tujuan Instruksional yang ingin dicapai pada BAB I ini adalah:

1. Menjelaskan tentang Wirausaha dan Kewirausahaan
2. Menjelaskan tentang definisi dari Wirausaha Internet
3. Internet dan Perkembangan Kebutuhan akan Informasi
4. Munculnya fenomena wirausaha internet

PENYAJIAN MATERI

Definisi Wirausaha

Berdasarkan Etimologi kata wirausaha berasal dari kata “wira” dan “usaha”. “Wira” berarti pejuang, pahlawan, manusia unggul, teladan, berbudi luhur, gagah berani dan berwatak agung. Kata “wira” juga digunakan dalam kata “perwira”. Sedangkan “usaha” berarti “perbuatan untuk mencapai sebuah tujuan”. Jadi, secara etimologis/harfiah, wirausaha adalah pejuang atau pahlawan yang melakukan perbuatan untuk mencapai sebuah tujuan.

Meredith, et.al. (1996) mengatakan wirausaha adalah orang-orang yang mempunyai kemampuan, melihat dan menilai kesempatan bisnis, mengumpulkan sumber-sumber daya yang dibutuhkan guna mengambil keuntungan daripadanya serta mengambil tindakan yang tepat, guna memastikan kesuksesan. Kamus Besar Bahasa Indonesia (Tim Penyusun

Kamus, 2012), Wirausaha diidentikan dengan wiraswasta, sehingga wirausahawan dapat disebut sebagai orang yang pandai atau berbakat mengenalkan produk baru, menentukan cara produksi baru, dan menyusun pedoman operasi untuk pengadaan produk baru, memasarkannya, serta mengatur permodalan operasinya". Kasmir (2011:19), menyatakan bahwa "Secara sederhana arti wirausahawan (*entrepreneur*) adalah orang yang berjiwa berani mengambil risiko untuk membuka usaha dalam berbagai kesempatan".

Berdasarkan pandangan ahli di atas dapat disimpulkan bahwa kewirausahaan (*entrepreneurship*) adalah suatu ciri, dan watak seseorang yang memiliki kemampuan mewujudkan gagasan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar dalam menghadapi tantangan hidup. Selain itu, seorang wirausahawan juga memiliki kemampuan melihat dan menilai peluang, melakukan penemuan baru, maupun memproduksi sesuatu yang lama dengan cara yang baru, sebagai seorang inovator yang memiliki kemampuan menilai peluang usaha. Wirausaha yang berbakat memiliki jiwa atau seni dalam mengambil suatu tindakan dan resiko dalam berusaha. Keutamaan dari seorang wirausaha adalah *sense of business* yang dimilikinya dalam menilai sebuah peluang usaha.

Pengertian Wirausaha yang telah dikemukakan di atas menunjukkan sifat-sifat dan karakter dalam melaksanakan

usaha yang cenderung menunjukkan nilai-nilai kreativitas dalam usahanya. Hal ini menyatakan bahwa kreatif adalah nilai utama bagi seorang wirausaha dalam melakukan usaha. Kreatif cenderung melahirkan suatu keberbedaan berupa ide yang inovatif dan menjadi nilai lebih dari usaha yang dilakukan. Pencetus ide kreatif dalam berusaha inilah yang menjadi ciri utama dari seorang wirausaha. Dengan demikian identifikasi dari ciri seorang wirausaha berdasarkan definisi yang telah dikemukakan di atas adalah adanya kreatifitas, inovatif dalam memanfaatkan sumber daya usaha untuk mencapai keuntungan.

Wirausaha adalah seorang inovator yang mampu memanfaatkan dan mengubah kesempatan menjadi ide yang dapat dijual dan dipasarkan, memberikan nilai lebih dengan memanfaatkan upaya, waktu, biaya atau kecakapan dengan tujuan mendapat keuntungan dengan ide dan gagasan yang memiliki nilai keunggulan.

Wirausaha sebagai seorang pembawa perubahan dalam dunia bisnis yang tidak mudah menyerah dalam berbagai kesulitan untuk mengejar keberhasilan usaha yang dirintis secara terencana. Oleh karena itu seorang wirausaha adalah pribadi yang memiliki kompleksitas dengan keunggulan sifat dalam berusaha. Seorang Wirausaha harus memiliki ide dalam memanfaatkan dan mengembangkan sumber daya yang ada melalui gagasan yang kreatif yang mengandung

unsur inovatif dengan penuh rasa tanggungjawab untuk mencapai visi (cita-citanya).

Definisi Kewirausahaan

Telah dijelaskan di atas bahwa wirausaha adalah mereka yang memiliki *sense of business*, berjiwa kreatif dan memiliki pemikiran yang inovatif, bertanggungjawab dalam mengembangkan dan menggunakan sumber daya yang ada untuk mendapatkan keuntungan (mencapai cita-cita) dari usaha yang telah dilakukan. Dengan demikian Wirausaha merupakan subjek dalam melaksanakan aktivitas/ proses dari kegiatan berwirausaha atau Kewirausahaan.

Uraian definisi dari istilah Kewirausahaan dapat dikenali melalui definisi-definisi berikut: Secara epistemologi, kewirausahaan merupakan suatu nilai yang diperlukan untuk memulai suatu usaha atau suatu proses dalam mengerjakan sesuatu yang baru dan berbeda. Istilah kewirausahaan merupakan padanan kata dari *entrepreneurship* dalam bahasa Inggris.

Pada prinsipnya Kewirausahaan (*entrepreneurship*) adalah suatu sikap, jiwa dan kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru yang sangat bernilai dan berguna bagi dirinya dan orang lain. Kewirausahaan merupakan sikap mental dan jiwa yang selalu aktif atau kreatif berdaya, bercipta, berkarya dan bersahaja dan berusaha dalam

rangka meningkatkan pendapatan dalam kegiatan usahanya atau kiprahnya.

Dengan demikian kewirausahaan merupakan kegiatan atau proses ataupun aktivitas yang dilakukan oleh seorang wirausaha. Thomas W Zimmerer (2008), kewirausahaan merupakan penerapan kreativitas dan keinovasian untuk memecahkan permasalahan dan upaya untuk memanfaatkan peluang yang dihadapi sehari-hari. Kewirausahaan merupakan gabungan dari kreativitas, keinovasian dan keberanian menghadapi resiko yang dilakukan dengan cara kerja keras untuk membentuk dan memelihara usaha baru. Timmons (Lambing dan Kuehl, 2000: 14), menyatakan Kewirausahaan merupakan sifat manusiawi untuk bertindak kreatif meningkatkan nilai sesuatu dengan memanfaatkan kesempatan dan sumber daya yang dilandasi visi, semangat dan komitmen dalam memimpin serta memperhitungkan resiko. Karena kewirausahaan merupakan sifat manusiawi, maka kewirausahaan berhubungan erat dengan perilaku.

Berbagai definisi mengenai kewirausahaan yang telah dikemukakan di atas memiliki makna bahwa Kewirausahaan adalah ilmu yang mempelajari tentang nilai, kemampuan, sikap dan perilaku seseorang dalam memenuhi tantangan dalam kehidupannya (individu/organisasi) secara efektif dan efisien sehingga ia

mampu mandiri dan dapat mengembangkannya apa yang diupayakannya ke arah yang lebih baik dengan menggunakan sumber daya yang dimilikinya. Kewirausahaan adalah proses suatu kegiatan untuk meningkatkan nilai tambah sumber-sumber daya yang ada. Agar dapat memiliki sikap Kewirausahaan maka harus mengikuti proses dan perkembangan kewirausahaan. Perkembangan teknologi dan perubahan dalam masyarakat salah satu hal penting dalam pertumbuhan Kewirausahaan.

Wirausaha Internet

a. Internet dan Perkembangan Kebutuhan akan Informasi

Berdasarkan arti kata Internet merupakan singkatan dari *Interconnection Networking* yang berarti hubungan komputer dengan berbagai tipe yang membentuk sistem jaringan yang ada dideluruh dunia. Krisianto (2014:1) menyatakan bahwa “Internet adalah salah satu bentuk media komunikasi dan informasi interaktif. Wujud dari internet adalah jaringan komputer yang terhubung diseluruh dunia. Internet digunakan untuk mengirim informasi antar komputer dan perangkat sejenis lainnya diseluruh dunia, sehingga seseorang dapat mengakses dan bertukar informasi secara cepat”. Sedangkan menurut Oetomo (2002:3), internet atau *international network* adalah “Sebuah jaringan komputer yang sangat

besar yang terdiri dari jaringan-jaringan kecil yang saling terhubung yang menjangkau seluruh dunia”.

Saat ini internet menjadi hal yang tidak lagi asing, semua lapisan usia mengenal dan sering mendengar istilah internet. Internet adalah suatu jaringan yang bersifat global. Tidak pandang di mana dan siapa saja bisa berkomunikasi dan mengakses berbagai informasi dalam segala bidang. Mengakses internet dapat diartikan dengan mengakses informasi. Alat yang digunakan dalam mengakses internet bias menggunakan computer/laptop, handphone (telepon genggam) dan berbagai smartphote (telepon pintar) atau gadget.

Diera globalisasi saat ini internet sudah menjadi kebutuhan yang tidak dapat disepelekan oleh manusia. Hal ini berarti bahwa informasi sudah menjadi kebutuhan pokok. Milyaran orang disuluruh dunia mengakses internet setiap harinya. Alasan yang muncul kenapa internet digemari adalah karena kemudahan dalam mengakses informasi, kecepatan informasi yang dapat diperoleh, dan internet dapat membantu manusia memecahkan masalah terkait kekurangan informasi untuk menyelesaikan persoalan-persoalan hidupnya terkait informasi. Pada saat ini manusia menggantungkan kebutuhan dalam memperoleh informasi yang ingin

didapatkan melalui internet. Hal ini menjadi latar belakang internet berubah menjadi suatu kebutuhan bagi manusia.

Kebutuhan akan internet merambat pada penyediaan informasi untuk memperoleh suatu layanan produk ataupun jasa. Informasi apapun yang dibutuhkan konsumen tentang suatu produk dapat langsung diperoleh melalui internet, bahkan internet menjadi sumber informasi utama yang dipandang penting untuk siapa saja yang akan berbelanja. Kemudahan akses informasi tentang layanan produk ataupun jasa yang akan dibeli dapat diperoleh dari internet.

Internet menawarkan kecepatan informasi yang tidak terbayangkan sebelumnya oleh manusia, dalam hitungan detik, manusia dapat bertukar informasi dengan seseorang dibelahan dunia manapun. Ini merupakan suatu keuntungan yang tidak terduga bagi seorang wirausaha. Hal ini menjadi peluang perkembangan wirausaha yang melaksanakan kegiatan usahanya melalui internet. Wirausaha memperoleh keuntungan dengan adanya akses cepat dalam mengolah informasi terkait dengan apa yang diniagakannya.

b. Pengertian Wirausaha Internet

Istilah Wirausaha Internet pada saat ini belum memiliki kajian literatur yang populer karena masih merupakan istilah yang baru didalam kajian ilmu Kewirausahaan. Pada situs Wikipedia (2016) menyatakan bahwa Wirausaha Internet atau *Internet Entrepreneur* adalah: *“An Internet entrepreneur is an entrepreneur, an owner, founder or manager of an Internet based business undertaking who makes money through risk and / or initiative”*, yang berarti bahwa Wirausaha internet adalah seorang wirausaha, pemilik, pendiri atau pengelola suatu usaha bisnis berbasis internet yang menghasilkan uang melalui risiko dan inisiatif dalam berusaha. Dengan demikian seorang wirausaha Internet melaksanakan aktivitas bisnisnya menggunakan media internet.

Tidak dapat dipungkiri, pada saat ini internet menjadi bagian penting untuk bisnis kecil maupun besar. Menggunakan aktivitas melalui web, iklan dimedia sosial dan penjualan barang-barang produksi melalui kegiatan online merupakan primadona perdagangan pada saat ini. Wirausaha Internet adalah seseorang yang melibatkan kekuatan besar internet untuk memulai dan mengembangkan bisnisnya, baik dengan kegiatan penjualan barang-barang fisik ataupun pelayanan modern yang inovatif, wirausaha internet yang sukses

memperhatikan beberapa *start up* yang melibatkan pencampuran antara perkembangan teknologi dan cara berbisnis tradisional (Taylor, 2017).

Beberapa penelitian yang mengemukakan tentang Wirausaha Internet dapat diuraikan sebagai berikut:

- 1) Gerald (2007) mengungkapkan bahwa Wirausaha Internet adalah seseorang yang memiliki perusahaan besar maupun kecil yang mengeksplorasi peluang bisnis baru melalui jaringan internet, mereka membuat keputusan bisnis, menciptakan bisnis baru dan mempekerjakan orang lain melalui usahanya yang beroperasi dengan bantuan internet. Gerald, V Post dan John F. Pfaff. 2007. Internet Entrepreneurship and Economic Growth. Journal of International Technology and Information Management. Volume 16 Issue 3 Article 3.
- 2) Lung (2016) menyatakan bahwa Wirausaha internet adalah Generasi baru wirausaha yang melakukan upaya menjadi pengusaha sukses dengan mendirikan bisnis berbasis internet.
- 3) Stevens (2010) menyatakan bahwa Wirausaha Internet adalah mereka yang bersaing di internet, dengan meningkatkan intensitas waktu agar mampu menjadi "Hiperkompetitif" dalam

menghadapi perubahan sifat lingkungan yang serba cepat dalam berbisnis.

- 4) Bennani (2014) mengemukakan bahwa Wirausaha Internet adalah seorang pengusaha yang berinvestasi dalam proyek berbasis IT. (Bennani, 2014)
- 5) Sedangkan Pourhossein dan Omran (2014) menyatakan bahwa wirausaha Internet didefinisikan sebagai gagasan yang pada pokoknya menggunakan Internet untuk strategis dan kompetitif mencapai visi, tujuan bisnis, dan tujuan. Para Wirausaha atau pengusaha menggunakan World Wide Web (WWW) untuk berinteraksi dan menyelesaikan transaksi maya baik dengan pebisnis lain dan konsumen / pelanggan.

Berdasarkan kajian teoritis yang dikemukakan melalui penelitian-penelitian di atas maka dapat ditarik benang merah bahwa Wirausaha Internet memiliki beberapa makna yakni:

- 1) Wirausaha Internet adalah mereka yang melaksanakan usaha yang bergerak dibidang Information Technology (IT). Mereka yang melaksanakan bisnis yang bergerak dibidang (sektor) teknologi infomasi dan computer dikatakan sebagai Wirausaha Internet oleh beberapa ahli, namun hal ini tidak terlalu memiliki

kajian yang kuat, karena tidak semua yang melaksanakan bisnis di bidang IT menggunakan internet sebagai basis dalam melaksanakan transaksi bisnisnya.

- 2) Wirausaha Internet adalah mereka yang mengeksplorasi bisnis, menciptakan bisnis, membuat keputusan bisnis, bertransaksi atau beroperasi dalam bisnisnya dengan menggunakan fasilitas internet
- 3) Wirausaha Internet adalah mereka yang bersaing di internet, mengasah kesiapan menghadapi perubahan dengan hiperkompetitif dan akrab dengan budaya teknologi dalam mengembangkan bisnisnya.
- 4) Wirausaha Internet adalah mereka yang memiliki jiwa inovatif, memiliki ide kreatif, membuat gagasan usaha dengan strategi yang kompetitif dalam mencapai tujuan, visi dan misi bisnisnya dengan menggunakan internet sebagai fasilitas di era ekonomi internet pada saat sekarang ini.

Sesuai dengan point yang telah dikemukakan untuk merumuskan pengertian/definisi dari Wirausaha Internet di atas maka dapat penulis simpulkan bahwa Wirausaha Internet adalah mereka mengeksplorasi bisnis, menciptakan bisnis, membuat keputusan bisnis, bertransaksi atau beroperasi dalam bisnisnya

dengan menggunakan fasilitas internet. Wirausaha internet hiperkompetitif dalam menghadapi persaingan bisnis sehingga selalu menumbuhkembangkan jiwa inovatif, dengan gagasan dan ide kreatif, serta melaksanakan strategi-strategi usaha yang kompetitif dalam mencapai tujuan, visi dan misi bisnisnya dengan menggunakan internet sebagai fasilitas di era ekonomi internet.

Fenomena Munculnya Wirausaha Internet

Munculnya wirausaha internet adalah sebagai dampak dari adanya kebutuhan dalam bersaing untuk memenangkan kesempatan dan memperoleh keuntungan usaha sesuai dengan perubahan perilaku masyarakat. Dalam perkembangannya internet sebagai media untuk melakukan kegiatan transaksi bisnis telah menempatkan internet sebagai alternatif utama dalam melaksanakan transaksi bisnis. Internet yang menghadirkan lebih luas peluang dalam memasarkan produk sudah pasti menjadi pilihan bagi wirausaha. Namun hanya mereka yang benar-benar fokus dalam melaksanakan usaha berbasis internet yang layak disebut dengan wirausaha internet. Mereka yang akan berhasil dalam melaksanakan usaha berbasis internet memiliki aturan dan cara yang sesuai dengan ketentuan dalam melaksanakan bisnis berbasis internet.

RANGKUMAN

Seorang wirausaha adalah pribadi yang memiliki kompleksitas dengan keunggulan sifat dalam berusaha, memiliki ide dalam memanfaatkan dan mengembangkan sumber daya yang ada melalui gagasan yang kreatif yang mengandung unsur inovatif dengan penuh rasa tanggungjawab untuk mencapai visi (cita-citanya). Pada saat ini kecenderungan pelaku kegiatan wirausaha adalah kaum muda yang memiliki kemampuan dalam mengakses teknologi khususnya Teknologi Informasi dan Komunikasi (ICT). Ketertarikan kaum muda dalam berbisnis juga dipengaruhi oleh perkembangan ICT dan adanya fasilitas dalam mengakses informasi dan kemudahan berkomunikasi dengan media ICT. Wirausaha Internet adalah mereka mengeksplorasi bisnis, menciptakan bisnis, membuat keputusan bisnis, bertransaksi atau beroperasional dalam bisnisnya dengan menggunakan fasilitas internet. Wirausaha internet hiperkompetitif dalam menghadapi persaingan bisnis sehingga selalu menumbuhkembangkan jiwa inovatif, dengan gagasan dan ide kreatif, serta melaksanakan strategi-strategi usaha yang kompetitif dalam mencapai tujuan, visi dan misi bisnisnya dengan menggunakan internet sebagai fasilitas di era ekonomi internet.

LATIHAN DAN TUGAS

1. Jelaskan pengertian dari wirausaha dan kewirausahaan!
2. Jelaskan definisi dari Wirausaha Internet!
3. Kemukakan ciri dari wirausaha internet!
4. Jelaskan bagaimana peluang usaha dari seorang wirausaha internet di Indonesia!
5. Jelaskan fungsi internet dalam perkembangan kegiatan wirausaha!

RUJUKAN

- Bennani ,Az-Eddine dan Rachid Oumlil. 2014.Acceptance of E-Entrepreneurship by Future Entrepreneurs in Developing Countries: Case of Morocco. *IBIMA Publishing Journal of Entrepreneurship: Research & Practice*
<http://www.ibimapublishing.com/journals/JERP/jerp.html> Vol. 2014 (2014), Article ID 700742, 10 Pages DOI: 10.5171/2014.700742
- Gerald,V Post dan John F.Pfaff. 2007. Internet Entrepreneurship and Economic Growth. *Journal of International Technology and Information Management*. Volume 16 Issue 3 Article 3.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). 2012. <http://www.artikata.com/2012>. Didownload pada tanggal 20 Februari 2017
- Kasmir. 2011. Bank dan Lembaga Keuangan lainnya. Edisi Revisi 11. Jakarta: RajawaliPers

- Krisianto, Andy. 2014. *Internet untuk Pemula: Panduan Menggunakan Internet secara Produktif*. Jakarta. PT. Elex Media Komputindo.
- Lambing., Paggy, A., & Kuehl. 2000. *Entre-preneurship*. New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Lung-Tan Lu Shing-Ko Liang. 2016. ROAD TO INITIAL PUBLIC OFFERINGS (IPO): A CASE OF INTERNET ENTREPRENEUR IN TAIWAN. *International Journal Of Science Research And Technology* Volume 2 Issue 3,PP 9-14, 25th December 2016. ISSN:2379-3686 9
- Meredith, Geoffrey G., Nelson, Robert E., & Neck, Phillip A. 2002. *Kewirausahaan. Teori dan Praktek (The Practice of Entrepreneurship)*. Jakarta: Penerbit PPM
- Oetomo Dharma Sutedjo, Budi. 2002. *e-Education Konsep, Teknologi dan Aplikasi Internet Pendidikan*. Yogyakarta: Andi Yogyakarta.
- Pourhossein, Masoumeh & Omran, Salimeh Khani. THE ROLE OF E-ENTREPRENEURSHIP IN THE NET ECONOMY OF DEVELOPED AND DEVELOPING COUNTRIES. *Kuwait Chapter of Arabian Journal of Business and Management Review Vol. 3, No.11a; July. 2014*
- Stevens, Nicholas. 2010. *Online Trust & Internet Entrepreneurs: A Kantian Approach*. Scholarly Commons Wharton Research Scholars Wharton School.
- Taylor, Travor. 2017.10 *Tips for the Beginning Internet Entrepreneur*.
<http://www.htmlgoodies.com/html5/slideshows/10-tips-for-the-beginning-internet-entrepreneur.html#fbid=YGdmTOoEeAU>
- Zimmerer, T. W., Scarborough, N.M., & Wilson, D. 2008. *Essentials of entrepreneurship and small business management (4th ed.)*. New Jersey: Pearson Education, Inc.

BAB II

MINAT, BAKAT, MOTIVASI DALAM BISNIS ONLINE

PENDAHULUAN

Suatu pekerjaan akan menjadi menyenangkan jika dikerjakan sesuai dengan bakat dan minat yang dimiliki seseorang. Adanya minat dan bakat akan menghadirkan motivasi dalam melaksanakan suatu aktivitas. Mahasiswa yang memiliki bakat dan minat pada suatu bidang dapat memanfaatkannya menjadi peluang usaha melalui bisnis online. Kegiatan wirausaha yang didasari dengan adanya kesenangan dapat bertahan dalam intensitas waktu yang relative lama, seseorang akan mampu bertahan, tangguh menghadapi tantangan bisnis jika usaha yang digelutinya sesuai dengan keinginan dan keberbakatan yang dimilikinya. Mahasiswa dapat mengasah bakat yang dimiliki dengan menerjuni sebuah usaha, sedangkan internet adalah media untuk lebih mendorong kemajuan usaha yang dilakoni.

Tujuan instruksional pada kajian ini adalah:

1. Minat, bakat sebagai kekuatan dalam membangun bisnis online
2. Teori motivasi dalam membentuk wirausaha internet

PENYAJIAN MATERI

Minat, Bakat sebagai Kekuatan Membangun Bisnis di Internet

Pemahaman konsep “Berwirausaha adalah hal yang menyenangkan” penting untuk seorang calon wirausaha. Karna berwirausaha layaknya menjadi pilihan hidup yang secara sadar akan dilaksanakan dalam waktu dan intensitas yang tinggi. Keterlibatan seseorang dengan bisnisnya tidak dapat dipisahkan sebagaimana soernag karyawan memisahkan diri dari urusan pekerjaan seelah pulang dari kantor.

Penulis merekomendasi bahwa Bisnis apapun yang dikerjakan haruslah menimbulkan rasa kebahagiaan dan kesenangan sehingga muncul suatu “Kecanduan” didalam diri seseorang untuk terus melaksanakan dan tidak akan berhenti sebelum mendapatkan atau berhasil memenuhi keinginan untuk keberhasilan usaha. Ketika bisnis yang dilakukan menimbulkan kesenangan maka akan muncul energy positif untuk tetap melakukan dengan tantangan yang sekalipun berat untuk dihadapi.

Jika diperhatikan dalam berbisnis melalui internet, banyak hal yang dapat ditemui sebaga inspirasi untuk memula

sebuah usaha. Internet yang saat ini telah berubah menjadi mesin uang harusnya dapat dimanfaatkan oleh segala kalangan dengan segala keunikan yang menjadi daya jual dalam berwirausaha.

Informasi adalah fokus utama yang dicari seseorang jika terkoneksi dengan internet, maka penyediaan informasi yang dibutuhkan adalah point penting dalam memula bisnis di Internet. Seorang wirausaha internet dapat menjual kemampuan dan kesukaan yang dimilikinya melalui internet hanya melalui informasi yang ditawarkan bagi pembuka layar yang terkoneksi internet.

Berikut salah satu cara yang dapat mahasiswa lakukan untuk menemukan bisnis yang disenangi dan dipasarkan melalui internet. Cara sederhana ini menjadi langkah dalam memula usaha untuk menjadi seorang Wirausaha internet.

Jawab pertanyaan berikut:

Apa yang menyenangkan bagi Anda?

Perhatikan jawaban anda dan kemudian anda dapat mengaitkan dengan beberapa contoh yang telah dilakukan mereka yang berwirausaha melalui internet.

Contoh:

Jika anda menyukai bidang Otomotif, anda akan tertarik dengan hal-hal seperti kendaraan bermotor dan mobil, onderdil serta berbagai asesoris yang berkaitan dengan otomotif.

Saran: Anda dapat membangun sebuah bisnis sepeda motor, mobil dan sparepart serta asesoris melalui internet. Anda dirikan sebuah blog yang memberikan informasi tentang pengalaman anda selama bergelut dengan kesukaan anda, berikan informasi yang unik dan mengandung nilai edukasi bagi pembaca blog anda. Untuk unsur wirausaha, anda dapat menyertakan sesuatu yang anda jual melalui blog. Pembaca dapat menjadi calon pembeli yang potensial karena percaya dengan informasi yang anda berikan telah memberikan manfaat bagi mereka. Suatu keyakinan bahwa yang membuka blog anda hanyalah mereka yang benar-benar membutuhkan informasi terkait dengan hal yang sama dengan anda yaitu dunia otomotif. Oleh karena itu sudah pasti mereka memiliki hasrat yang sama dengan anda, maka miliki pelanggan dari mereka yang telah membaca informasi penting yang telah anda suguhkan. Lebih lanjut anda dapat berbisnis melalui blog dan mengembangkan pengetahuan yang lebih tentang berbisnis dengan blog.

Jika anda menyukai bidang olah raga, suka bidang keterampilan wanita (Tata Boga, Tata Busana, Tata Graha,

Tata Kecantikan), suka bidang konsultasi psikologi pendidikan ataupun keluarga, dan bidang lainnya yang menjadi kesukaan anda. Saran: Jadilah seorang yang berbagi informasi, seseorang yang memiliki kekhususan dan keunikan yang dapat dijual untuk mereka yang membutuhkan, sebarkan informasi tanpa batas melalui internet. Intensitas informasi menjadi sesuatu kekuatan dan keunikan yang dapat anda tawarkan. Tingkatkan selalu pengetahuan, untuk memberikan pengetahuan terbaru kepada pemburu berita. Setelah memiliki keunikan, sertakan hal yang akan dijual, pelajari cara pemasaran online yang ditawarkan internet.

Intinya adalah: Minat, Bakat atau keterampilan apapun dapat menjadi landasan keberhasilan bisnis internet, karena diyakini terdapat banyak orang yang memiliki kesukaan yang sama yang membutuhkan informasi yang sama dengan orang lain. Informasi inilah yang menjadi daya tarik dalam bisnis melalui internet dan menjadi kekuatan yang dapat menjangkau dunia tanpa batas.

Seseorang yang berpotensi memiliki kesanggupan dan sumber daya dalam melakukan sesuatu kegiatan akan memiliki kekuatan, daya upaya untuk memulai, menjalankan dan mengupayaan keberhasilan usahanya. Potensi yang ada didalam diri seseorang jika diperdayakan untuk berwirausaha akan menghasilkan suatu keunggulan yang

besar, sebagai dampak dari sumber daya yang dimiliki untuk dikembangkan.

Minat dalam kaitan dengan Kewirausahaan berarti bahwa seberapa besar seseorang merasa suka dan tertarik kepada suatu rangsangan untuk melakukan kegiatan berwirausaha. Minat menjadi pendorong yang kuat bagi seorang Wirausaha untuk melakukan kegiatan usaha yang menjadi keinginannya. Minat menjadi faktor yang dapat mengarahkan potensi dan bakat, keberadaan minat merupakan faktor utama dalam pengembangan bakat. Berwirausaha pada suatu bidang dengan minat yang kuat akan membuat seseorang lebih terdorong, lebih bertahan dan lebih memiliki aktivitas yang kuat dalam kegiatan yang dilakukannya.

Seseorang yang memiliki bakat akan cepat dapat diamati karena kemampuan yang ia miliki akan berkembang dengan pesat. Kaitan bakat dengan wirausaha sangat kuat. Seseorang yang berbakat dibidang perniagaan akan menunjukkan eksistensi dalam berwirausaha. Bakat berwirausaha ditunjukkan dengan adanya *Sense of Bussiness* yang menonjol pada diri seseorang semenjak kanak-kanak.

Keadaan adanya bakat dapat menunjang kemampuan seseorang dalam berwirausaha. Anak-anak dengan bakat berniaga akan terlihat dari perilaku semenjak dini yang sudah menunjukkan kemampuan bernegosiasi dalam memecahkan sesuatu

persoalan. Dapat menganalisis untung dan kerugian dari suatu persoalan, cermat memilih dan tidak mau dirugikan serta memiliki kecenderungan berkreasi dan berinovasi dalam menghasilkan sesuatu yang kemudian menilai apa yang telah diciptakan dengan nilai materil.

Bisnis apapun yang dikerjakan haruslah menimbulkan rasa kebahagiaan dan kesenangan sehingga muncul suatu “Kecanduan” didalam diri seseorang untuk terus melaksanakan dan tidak akan berhenti sebelum mendapatkan atau berhasil memenuhi keinginan untuk keberhasilan usaha. Minat, Bakat atau keterampilan apapun dapat menjadi landasan keberhasilan bisnis internet, karena diyakini terdapat banyak orang yang memiliki kesukaan yang sama yang membutuhkan informasi yang sama dengan orang lain. Informasi inilah yang menjadi daya tarik dalam bisnis melalui internet dan menjadi kekuatan yang dapat menjangkau dunia tanpa batas

Teori Motivasi dalam membentuk Wirausaha Internet

Dengan meningkatnya popularitas Internet dan teknologi komunikasi, konsumen semakin banyak transaksi dan pembelian produk di Internet. Diprediksi bahwa pada tahun 2017 perdagangan elektronik ke konsumen akan mencapai pendapatan penjualan sekitar \$ 2,36 triliun dolar (Maylanova, 2014). Selanjutnya, perdagangan melalui Internet akan muncul dengan tujuan yang secara substansial dapat mengurangi biaya operasional usaha. Oleh karena itu, kemunculan dan berkembangnya perdagangan elektronik (*e*

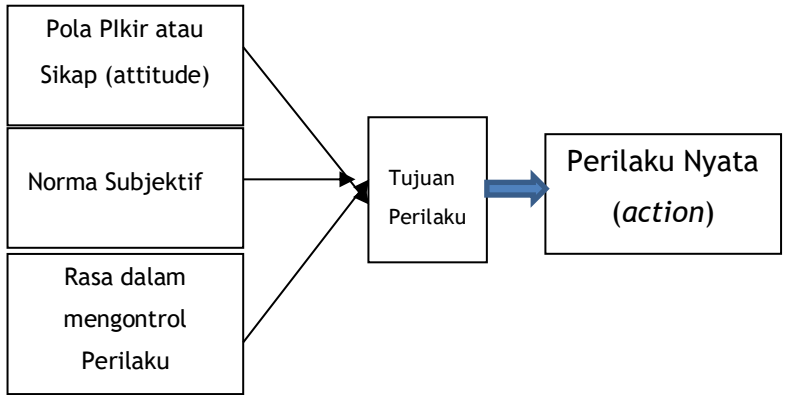
commerce) akan menciptakan kesempatan bagi kewirausahaan Internet untuk maju dan berkembang.

Wirausaha Internet memiliki keterkaitan erat dengan kemampuan dalam menguasai teknologi, hal ini adalah upaya untuk mengembangkan bisnis. Tidak ada kemajuan bisnis yang akan berkembang jika Wirausaha terutama wirausaha internet tidak meningkatkan pengetahuan dan kemampuan mereka dalam bidang teknologi informasi.

Tingginya potensi perkembangan wirasauha internet adalah era globalisasi ini seiring dengan kebutuhan wirausaha untuk bersaing dan memiliki perilaku hiperkompetitif. Adanya biaya yang murah untuk operasional memula usaha menimbulkan niat yang kuat bagi para wirausaha untuk menjadi wirausaha internet.

Paylou (2006) menyatakan bahwa Niat adalah prediktor terutama yang dapat diandalkan dalam membentuk perilaku aktual. Norma subyektif mengacu bagaimana individu dapat menilai potensi lingkungan dan orang lain menjadi suau faktor penting dalam merencanakan perilaku. Kontrol perilaku yang dirasakan menggambarkan persepsi individu apakah ia memiliki sumber daya yang diperlukan, kemampuan, dan rasa kontrol di berhasil melakukan perilaku yang dimaksudkan.

Niat perilaku merupakan faktor motivasi yang menampakkan seberapa keras seseorang bersedia untuk mencoba untuk melakukan suatu perilaku. Skema pembentukan perilaku yang direncanakan berdasarkan teori Ajzen dapat dilihat pada Gambar berikut:



Gambar 2. Teori Perilaku yang Direncanakan (Ajzen, 1971)

Berdasarkan kerangka teori Ajzen yang telah dikemukakan maka dapat dijelaskan keterkaitannya dengan perilaku dan niat dalam berwirausaha yang ditunjukkan oleh wirausaha Internet. Seorang wirausaha internet akan berhasil dalam menjalankan usahanya apabila perilaku yang dilakukan muncul dari niat untuk melakukan wirausaha internet. Pemahaman dan niat muncul berdasarkan pola pikir dan sikap yang terkait dengan pandangan-pandangan akan nilai-nilai yang muncul dari kegiatan dalam berwirausaha melalui internet. Kemampuan dalam mengontrol perilaku (*Locus of Control*) akan situasi yang dapat menimbulkan keuntungan maupun kerugian dalam melaksanakan usaha memperkuat

munculnya niat. Niat yang muncul adalah modal dalam melakukan kegiatan nyata dalam berwirausaha.

Fenomena yang muncul sebagai akibat dari adanya perkembangan teknologi yang dibangun dari dasar pengetahuan akan kebutuhan dalam berwirausaha, seperti kemudahan dan kecilnya biaya dan resiko. Segala kemudahan dari adanya internet dalam berwirausaha pada akhirnya menimbulkan niat untuk berwirausaha.

Untuk menanggapi fenomena di atas maka pola pendidikan yang bertujuan untuk memberikan pengetahuan dan pengalaman yang dapat merubah perilaku wirausaha wajib menyesuaikan dengan kebutuhan belajar peserta didik. Kembali pada peran pendidikan Kewirausahaan pada institusi pendidikan maka pengembangan Model-model pembelajaran dengan penerapan metode dan strategi dalam mendidik calon wirausaha perlu didekatkan pada upaya nyata dalam pembentukan perilaku berwirausaha berbasis pada penggunaan internet. Perubahan secara sistematis dari unsur-unsur yang terlibat dalam pembelajaran wirausaha adalah upaya mewujudkan suksesnya tujuan pendidikan kewirausahaan.

RANGKUMAN

Motivasi berwirausaha adalah dorongan yang muncul dari dalam diri seseorang untuk melakukan kegiatan wirausaha, salah satu yang dapat menjadi motivasi adalah perkembangan teknologi

dan informasi yang semakin maju dengan adanya media internet telah membuka peluang besar bagi pekaku bisnis. Dengan melakukan kegiatan bisnis bermedia internet (bisnis online) maka kesempatan dalam berwirausaha akan terbuka lebar.

Seorang wirausaha internet akan berhasil dalam menjalankan usahanya apabila perilaku yang dilakukan muncul dari niat untuk melakukan wirausaha internet. Pemahaman dan niat muncul berdasarkan pola pikir dan sikap yang terkait dengan pandangan-pandangan akan nilai-nilai yang muncul dari kegiatan dalam berwirausaha melalui internet. Kemampuan dalam mengontrol perilaku (*Locus of Control*) akan situasi yang dapat menimbulkan keuntungan maupun kerugian dalam melaksanakan usaha memperkuat munculnya niat. Niat yang muncul adalah modal dalam melakukan kegiatan nyata dalam berwirausaha

LATIHAN DAN TUGAS

1. Jelaskan upaya apa saja yang dapat dilakukan untuk mewujudkan niat dalam bentuk perilaku berwirausaha!
2. Kemukakan perilaku positif apa saja yang anda lakukan sehari-hari untuk memperkuat sikap positif dalam berwirausaha!
3. Kemukakan bagaimana pola pembentukan perilaku berwirausaha melalui internet (Net Entrepreneur) berdasarkan teori Ajzen's!

4. Jelaskan langkah-langkah melaksanakan bisnis berbasis potensi diri, minat dan bakat!
5. Bagaimana internet dapat meningkatkan minat seseorang pada suatu bidang usaha!

RUJUKAN

- Ajzen, I. 1991. The Theory of Planned Behavior, *Organizational Behavior And Human Decision Processes*, 50, pp:179-211.
- Mavlanova.2014. The effect of cultural values on the perceptions of architectural quality of websites in e-commerce,” presented at the SIGHCI Conference on Human Factors in Computing Systems.
- Pavlou and M. Fygenson. 2006. Understanding and predicting electronic commerce adoption: An extension of the theory of planned behavior. *MIS Quarterly*, vol. 30, no. 1, pp. 115-143, 2006.

BAB III

KEUNTUNGAN DAN KERUGIAN MENJADI WIRAUSAHA INTERNET

PENDAHULUAN

Mempelajari ilmu Kewirausahaan akan lebih menarik jika mahasiswa dapat mengetahui manfaat dari kegiatan berwirausaha. Manfaat atau keuntungan yang dapat diperoleh dari kegiatan berwirausaha khususnya wirausaha internet menjadi pembahasan penting untuk meningkatkan motivasi mahasiswa dalam menjadi seorang yang berwirausaha dengan memanfaatkan media internet. Demikian pula sebaliknya kerugian apa yang dapat ditanggung seseorang yang melakukan kegiatan wirausaha patut pula dibahas untuk memberikan pengetahuan kepada mahasiswa tentang hal-hal yang menjadi ancaman dari kegiatan berwirausaha.

Tujuan Intruksional dalam BAB III ini adalah memberikan pemahaman tentang matri:

1. Keuntungan menjadi Wirausaha Internet
2. Kerugian menjadi Wirausaha Internet
3. Penyebab Kegagalan dalam berwirausaha melalui internet
4. Antisipasi Kegagalan wirausaha internet

PENYAJIAN MATERI

Keuntungan Wirausaha Internet

Menjadi seorang wirausaha internet pada dasarnya memiliki keuntungan dan kerugian yang hampir sama dengan wirausaha konvensional yang tidak berbisnis melalui internet. Namun terdapat beberapa keuntungan utama yang dirasakan jika menjadi seorang yang berwirausaha melalui internet. Seperti yang dikemukakan pada bagian sebelumnya wirausaha internet banyak dilirik karena tujuan meminimalisir biaya operasional usaha, dapat lebih banyak menjangkau konsumen yang tidak tersentuh oleh pasar secara offline dan banyak keuntungan lain yang dapat dirasakan oleh wirausaha.

Menurut Sanjaya dan Sanjaya (2009:32) keuntungan yang dapat diperoleh jika menjalankan bisnis melalui internet adalah:

- a. Menunjukkan nilai profesional sebagai seorang pengusaha
- b. Perusahaan atau bisnis yang dilakuka dapat beroperasi 24 jam dalam sehari
- c. Biaya awal investasi dan waktu yang minimal
- d. Merupakan alternative yang sangat murah untuk dapat menjangkau dan berhubungan dengan para prospek yang tidak dapat dijangkau dengan metode konvensional

- e. Berbagai kemungkinan tak terbatas baik bagi bisnis yang dilakukan wirausaha secara parsial maupun secara simultan (keseluruhan). Dapat mengotomatisasi penjualan, berupa order dan proses pembayaran, pengelolaan stok, konsumen dan technical support.
- f. Memiliki media pendukung yang yang komunikatif, cepat dan efektif
- g. Menghemat biaya operasional kantor dan transportasi
- h. Bebas untuk bereksperimen, merupakan cara yang cepat dan mudah untuk mengganti penawaran dan pengujian penjualan. Tidak perlu mencetak ribuan brosur dan mengirimkan kepada calon prospek (konsumen)
- i. Dapat bebas dalam melakukan aktivitas lainnya, karena usaha dapat berjalan secara online sehingga wirausaha dapat melakukan aktivitas lainnya
- j. Menghindari prasangka yang kurang baik jika menawarkan barang dengan tatap muka. Karena reaksi dari perilaku konsumen yang tidak dapat dilihat langsung.

Krisianto (2014:139) mengemukakan keuntungan dari kegiatan bisnis melalui internet yang dapat dirasakan oleh seorang wirausaha internet adalah :

- a. Tidak membutuhkan lokasi fisik

- b. Modal Usaha yang relative kecil
- c. Tidak perlu ditunggu
- d. Bisa dilakukan oleh siapa saja

Serfiani dkk (2013:19) mengemukakan keuntungan-keuntungan dari melaksanakan bisnis online, yang dapat dirasakan oleh para wirausaha internet yaitu:

1. Bisnis *online* atau *e commerce* dapat memperluas pasar sampai ke tingkat internasional dengan modal kecil karena melalui internet para pengusaha dapat mudah, cepat dan murah bisa mendapatkan lebih banyak konsumen
2. Bisnis *online* atau *e commerce* memungkinkan perusahaan menurunkan jumlah stok atau persediaan barang sehingga dapat menurunkan biaya pengadaan barang
3. Bisnis *online* atau *e commerce* dapat meningkatkan efisiensi perusahaan dengan meningkatkan tingkat produktifitas pegawai bagian penjualan dan administrasi
4. Bisnis *online* atau *e commerce* dapat menekan biaya komunikasi karena biaya penggunaan internet jauh lebih murah
5. Bisnis *online* atau *e commerce* dapat meningkatkan citra penjualan dengan semakin membaiknya pelayanan konsumen, ditemukannya mitra bisnis

- baru, proses kerja yang lebih sederhana dan bertambah cepatnya akses berbagai informasi
6. Lebih murah, lebih mudah, dan tidak perlu perizinan berbelit-belit seperti halnya mendirikan perusahaan didunia nyata (*offline*)
 7. Manajemen usaha didunia maya lebih dari mudah dibandingkan manajemen usaha didunia nyata (*offline*)
 8. Bisnis *online* atau *e commerce* tidak terkendala masalah waktu, jarak dan tempat seperti halnya bisnis di dunia ntara (*offline*)
 9. Bisnis *online* atau *e commerce* dapat menggairahkan bisnis penunjang seperti jasa pengiriman barang, jasa pengemasan barang, produksi barang dan lain-lain.

Kerugian Menjadi Wirausaha Internet

Berdasarkan kajian yang telah dikemukakan sebelumnya tentang kerugian dari berwirausaha, berikut juga dikemukakan secara spesifik kerugian menjadi wirausaha internet. Karena setiap usaha pasti memiliki resiko, maka berikut kerugian dari melaksanakan bisnis online yang dapat dirasakan oleh seorang wirausaha internet, dikemukakan oleh Serfiani (2013:20):

Secara teknik:

1. Kurang terjaminnya keamanan dan reliabilitas termasuk keamanan dan reliabilitas standar dan protokol-protokol komunikasi
2. Kurang memadainya infrastruktur dan bandwidth telekomunikasi
3. Vendor memerlukan web server dan infrastruktur lain serta server jaringan

Secara hukum:

1. Masih adanya beberapa permasalahan hukum yang belum terpecahkan dalam perdagangan secara elektronik (e commerce) atau bisnis online
2. Keamanan dan privasi dalam perdagangan secara elektronik dapat merugikan pihak konsumen terutama dalam hal akses informasi pribadi konsumen

Tidak sebanyak teori tentang keuntungan dalam melaksanakan bisnis melalui jaringan internet, kerugian dalam melaksanakan bisnis secara *online* tidak banyak dikeluhkan oleh para wirausaha internet, meskipun banyak penelitian yang mengemukakan bahwa 80%-90% kegagalan terjadi pada wirausaha pemula yang melaksanakan bisnis melalui internet. Penulis dapat merangkum beberapa kerugian yang ditemui menjadi seorang wirausaha internet yang berbisnis melalui jaringan internet:

1. Terjadi penipuan dalam bisnis melalui internet menyebabkan sulit mendapatkan kepercayaan calon konsumen.
2. Sulitnya mencari perlindungan hukum dalam bisnis melalui jaringan internet. Karna informasi yang beredar sulit dijadikan barang bukti yang valid dan teruji kebenarannya.
3. Masih ada daerah-daerah yang belum tersentuh jaringan internet. Sehingga pada waktu wirausaha berpindah tempat pada daerah yang memiliki jaringan internet yang lemah atau tanpa jaringan maka aktivitas usaha ikut terhambat.
4. Adanya biaya internet dan fasilitas jaringan yang tergantung dengan provider jaringan dengan kualitas sinyal yang berbeda-beda
5. Keuntungan yang tidak dapat diraih langsung secara instan. Pada dasarnya semua bisnis baik offline dan online akan mengalami hal yang sama namun resiko ini seperti menjadi bagian yang ditakuti untuk para wirausaha. Oleh karena itu butuh kerja keras yang nyata dalam melaksanakan bisnis untuk dapat bertahan menghadapi kegagalan dan resiko.
6. Wirausaha internet tidak disiplin dalam waktu. Hal ini disebabkan karena tidak ada jam khusus untuk melaksanakan usaha.
7. Membutuhkan usaha untuk memahami perkembangan dunia bisnis melalui internet.

Kemungkinan gagal dalam melaksanakan bisnis online adalah karena wirausaha tidak memiliki kemampuan dan pengetahuan khusus dalam berbisnis online

Adanya kelemahan atau kerugian dalam melakukan suatu aktivitas bisnis adalah hal yang biasa. Wirausaha identik dengan resiko dan resiko identik dengan kegagalan. Seorang wirausaha internet wajib menyadari bahwa aktivitas bisnis yang dilakukannya dekat dengan resiko penyebab kegagalan. Belajar terus menerus untuk mahir dalam menguasai bisnis melalui internet dengan meningkatkan mutu pelayanan maupun produk yang dipasarkan dapat menjadi acuan dalam mengembangkan inovasi dalam usaha. Penulis menyarankan untuk mendapatkan kesuksesan melalui kerja keras yang tidak henti-hentinya dan bersiap untuk meminimalisir setiap resiko yang muncul dalam usaha.

Penyebab Kegagalan Wirausaha Internet

Terkait dengan teori sebelumnya tentang kerugian dalam berbisnis melalui internet, dalam hal ini penulis juga mengemukakan perihal mengapa bisa terjadi kegagalan dalam berwirausaha melalui internet. Meskipun kegiatan berwirausaha dekat dengan kegagalan, namun mengenai penyebab kegagalan bisnis adalah cara praktis untukantisipasi agar tidak terjadi kegagalan. Berikut beberapa hal

yang menjadi penyebab margin kegagalan wirausaha internet:

1. Tidak adanya infestasi yang nyata dalam berniaga melalui internet yang dilakukan. Seperti bisnis baru lainnya sebuah usaha berbasis internet (*online*) juga membutuhkan modal dan infestasi yang pasti. Walaupun produk yang dijual tidak dalam bentuk fisik yang nyata dihadapan pembeli, namun secara fakta produk harus benar-benar tersedia dan pasti, hal ini membutuhkan infestasi (modal).
2. Tidak adanya arus kas yang jelas. Pada tingkat yang paling dasar, arus kas adalah pergerakan uang masuk dan keluar dari usaha. Wirausaha internet akan menghadapi masalah saat mereka tidak memiliki cukup uang untuk terus beroperasi. Contohnya adalah ketika seorang pengusaha menginvestasikan semua uangnya untuk persediaan dan tidak ada uang untuk pemasaran.
3. Manajemen Persediaan yang Buruk. Bergantung pada model usaha yang dilakukan, manajemen inventaris dapat menjadi salah satu masalah paling penting yang dihadapi dalam operasional usaha. Membeli terlalu banyak persediaan dapat mengganggu investasi pada kas usaha. Membeli persediaan terlalu sedikit juga beresiko dapat

mengecewakan pelanggan, saat pesanan tidak dapat dikirim segera sesuai dengan waktu yang dijanjikan kepada pelanggan.

4. Keterlambatan dalam menyediakan produk untuk pelanggan/pembeli. Pengaturan pemesanan produk seringkali tidak sesederhana yang dipikirkan. Vendor mungkin memiliki *lead time* yang berbeda. Dibutuhkan satu pemasok beberapa hari untuk mendapatkan pemesanan ulang untuk penjual, sementara pemasok lain bisa memakan waktu beberapa minggu, sehingga wirausaha perlu mengatur ulang pada waktu yang sangat berbeda pada tingkat persediaan.
5. Terlalu Banyak Persaingan. Internet adalah peluang bagi bisnis terkecil sekalipun. Tapi hampir tidak ada *startup online* yang bisa bertahan dalam menghadapi persaingan yang signifikan dan mapan. Hal ini paling sering terjadi ketika toko *online* baru berusaha menjual produk yang sama dengan yang ditawarkan oleh pengecer yang jauh lebih besar. Sebagai contoh, bisa jadi sangat sulit bagi toko *online* baru untuk mencoba menjual Xbox Microsoft, yang sudah tersedia di ratusan pengecer *online*, termasuk Walmart, Amazon, Best Buy, GameSpot, Newegg, Toys "R" Us, dan masih banyak lagi. Oleh karena

itu menjual produk unik adalah pilihan bagi wirausaha internet.

6. Situs web yang Buruk. Bahkan rencana bisnis terbaik tidak selalu bisa mengatasi situs web yang buruk. Situs bisnis *online* modern harus aman, fungsional, memiliki pencarian hebat, beradaptasi dengan perangkat *mobile*, dan memuat dengan sangat cepat. Terlebih lagi, ada banyak platform *e-commerce* yang sangat bagus untuk dipilih.
7. Fotografi Produk yang Buruk. Pembeli *online* tidak dapat secara fisik memeriksa produk yang di jual, sehingga mereka memerlukan representasi visual yang kuat dari produk tersebut untuk membantu mereka memahaminya, menginginkannya, dan membelinya. Dengan demikian, fotografi produk yang buruk adalah salah satu kesalahan utama dalam ritel bisnis *online*.
8. Tidak ada lalu lintas di situs. Beberapa hal dapat membunuh bisnis ritel, atau bahkan grosir adalah jika tidak ada pembeli. Dalam konteks bisnis online, lalu lintas situs web adalah arus pembeli masuk dan keluar dari toko online. Maksimalkan arus lalu lintas web niaga yang dimiliki. Cara yang cepat untuk mendapatkan lalu lintas adalah dengan iklan bayar per klik. Namun cara ini dapat

menimbulkan biaya dan harus dilakukan dengan cara yang tepat.

Pada dasarnya sebuah bisnis berbasis internet membutuhkan waktu untuk tumbuh dan berkembang. Wirausaha internet diharapkan tidak membayangkan usaha yang dilakukan akan menimbulkan keuntungan dengan cara yang cepat. Dalam kegiatan wirausaha apapun keuntungan yang tidak dapat segera diraih adalah resiko yang harus ditanggung wirausaha. Oleh karena itu kesadaran akan peluang dan kesesuaian bisnis dengan kompetensi yang dimiliki seharusnya menjadi pertimbangan wirausaha dalam melaksanakan bisnis melalui internet, hal ini bertujuan agar informasi yang diberikan senantiasa dapat selalu diberikan kepada calon pembeli. Kemampuan harus selalu ditingkatkan, dukungan lingkungan melalui mentoring dan wadah bisnis *online* juga perlu dipertimbangkan oleh seorang wirausaha internet.

Saran untuk Kesuksesan Wirausaha Internet

Terdapat banyak saran yang dapat diberikan kepada seorang pelaku wirausaha internet. Meskipun jika dilihat dari pandangan umum, bisnis melalui internet tidak sulit untuk dilakukan, namun ketekunan dan keseriusan dengan fokus pada usaha yang dilakukan menjadi kunci sukses dalam berwirausaha melalui internet. Untuk itu ada

beberapa hal yang dapat dilakukan oleh seorang wirausaha internet untuk membuat usahanya lebih maju.

1. Memilih tempat usaha yang tepat berbasis online.

Sama seperti toko offline biasanya toko online juga harus mempunyai tempat yang tepat untuk memasarkan produk miliknya. Terdapat tempat (lapak) berjualan online yang berbayar dan gratis. Tempat gratis (*free*) yang dapat digunakan adalah dengan menggunakan *blog* atau *website* untuk membuka toko online baru. Menjalankan toko online, menuntut wirausaha untuk mendesain *website* atau *blog* yang digunakan sebagai lapak. Supaya mampu terlihat beda dari yang lainnya sehingga konsumen akan senang dan kerasan berada di toko online yang dimiliki seorang wirausaha. Sama seperti toko offline jika tempat atau toko yang mereka gunakan menarik konsumen akan semakin nyaman.

2. Menjadi toko online yang terpercaya.

Menjaga kepercayaan pelanggan dan calon pelanggan yang tidak dapat bertatap muka dengan pelanggan dapat dilakukan dengan cara memberikan fasilitas chatting atau BBM, WhatApp atau bahkan melalui telepon. Kasus penipuan yang banyak terjadi akhir akhir ini membuat konsumen tidak mudah percaya dengan toko online saat ini. Toko online yang dapat

dipercaya biasanya mencantumkan alamat email, no handpone, dan alamat yang dapat dihubungi oleh konsumen. Meskipun tidak bertatap muka namun kredibilitas usaha dapat dibentuk melalui kepastian transaksi yang memberikan tingkat kepercayaan yang tinggi

1. Prosedur mengirimkan produk melalui online.
Pengiriman produk adalah salah satu hal yang perlu anda perhatikan selanjutnya saat menjalankan bisnis online. Mulai dari pengemasan yang menarik sampai keamanan produk yang dikirimkan supaya produk dapat samapai ke tangan konsusmen dengan benar dan tidak cacat. Pastikan juga ekspedisi yang yang gunakan terpercaya dan mampu mengirim barang lebih cepat dan tarifnya murah. Sehingga konsumen tidak harus berlama-lama menunggu dan penjual juga bisa memberikan kepastian kapan barang tersebut sampai di rumah kosumen.
2. Kesabaran dan Kerahaman dalam pelayanan.
Wirausaha harus selalu sabar dan juga ramah dengan konsumen supaya konsumen merasa puas dan akan setia, dan jangan sesekali membuat konsumen merasa kecewa karena konsumen tersebut akan beralih dari toko online anda nantinya.
3. Menjaga reputasi dan nama baik melalui pelayanan.
Pelayanan yang telah diberikan adalah promosi yang hebat bagi usaha. Pelanggan akan merekomendasikan

toko online yang dimiliki wirausaha, jika telah terbukti dapat memberikan pelayanan yang memuaskan. Demikian sebaliknya pencorengan nama baik dapat dengan mudah dilakukan oleh pelanggan jika terbukti wirausaha tidak memenuhi janji sesuai kesepakatan dan melakukan penipuan terhadap konsumen.

4. Belajar dan patuh pada aturan manajemen keuangan bisnis. Hal yang sangat penting adalah untuk memisahkan keuangan pribadi dan keuangan bisnis. Membuka bank baru dan akun PayPal untuk bisnis. Belajar dasar akuntansi sendiri atau menyewa seorang akuntan atau pembukuan

Taylor (2017) mengemukakan Tips untuk para Wirausaha Internet yang baru memulai bisnis, yaitu:

- a. Keuntungan

Pertama dan terpenting Wirausaha Internet harus memandang keuntungan dengan menciptakan dan membangun pendapatan dari bisnis online. Tempat kerja terbuka untuk bisnis selama 24/7 (jam/hari) sehingga Wirausaha Internet dapat bekerja ketika ingin dan selama mau. Banyak tugas rutin dapat tetap dijalankan, dan terdapat lebih banyak waktu untuk keluarga, sosial dan rekreasi. Situasi ini menawarkan lingkungan kerja yang minim dengan tingkat stress yang rendah, dan sampai batas tertentu dapat

mengendalikan imbalan/pendapatan untuk diri sendiri.

b. Hindari Penipuan

Setiap situs yang menawarkan untuk kerjasama berbisnis dengan menawarkan keuntungan dua atau tiga kali lipat dalam hitungan hari, adalah penipuan. Hindari mereka!! Tidak sulit untuk menemukan penjual yang bonafid di Internet. Carilah kontak offline, alamat atau nomor telepon penjual yang akana menjadi pemasok bisnis. Tes lain yang baik adalah untuk mengirim mereka email sebelum Anda mendaftar untuk melihat seberapa efisien mereka menjawab.

Tung Tran (2013) mengemukakan pengalaman dalam melaksanakan Binsis Online selama lebih dari 2,5 tahun. Pengalaman-pengalaman berikut dapat menjadi teori-teori petunjuk dalam melaksanakan bisnis online, untuk menghindari kesalahan-kesalahan awal dalam melaksanakan kegiatan sebagai Wirausaha Internet.

- a. Mengambil tindakan lebih cepat. Sebagai manusia, tindakan menunda-nunda merupakan kebiasaan yang paling banyak dilakukan dan memiliki pengaruh buruk pada usaha. Sedangkan untuk sukses sebagai Wirausaha Internet maka jangan menunda-nunda.
- b. Mencari Pelatih/Mentor karena Setiap orang membutuhkan guru. Memiliki mentor atau pelatih

pasti akan membantu seorang Wirausaha Internet mencapai kesuksesan yang lebih. Salah satu cara yang baik adalah mendaftar di program keanggotaan atau pelatihan premium para mentor (sebagian besar internet marketer memiliki satu atau lebih mentor)

- c. Membuat atau bergabung dengan Mastermind Grup. Bergabung dengan kelompok mastermind adalah keputusan terbaik. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan motivasi berwirausaha, membantu satu sama lain untuk mendapatkan lebih dekat dengan tujuan kami.
- d. Fokus pada bisnis online tunggal. Hal yang satu ini sangat penting dan dapat menjadi pelajaran terbesar. Jangan bekerja untuk beberapa bisnis dalam waktu yang sama. Wirausaha Internet tidak akan dapat mencapai sukses ketika mencoba untuk menjadi segalanya bagi semua orang. Solusi yang lebih baik adalah untuk menemukan satu usaha dan bekerja serta mentaatinya. Istilah "Jangan menaruh semua telur dalam satu keranjang?" adalah hal tepat dan harus dipatuhi oleh seorang Wirausaha Internet. Untuk menjadi sukses di online bisnis maka Wirausaha Internet harus mengabaikan tawaran yang datang bertubi-tubi. Tetap focus pada satu urusan bisnis dan menjadi berkembang didalamnya.

RANGKUMAN

Terdapat banyak keuntungan dalam melakukan kegiatan Wirausaha. Seseorang memiliki *Sense of business* dapat mengembangkan ide bisnis yang dimilikinya dengan leluasa tanpa harus ada tekanan dari pihak lain atau atasan. Kebebasan dalam mengatur perencanaan usaha, mengemukakan ide-ide dan gagasan tanpa harus ada intimidasi dari pihak lain dipandang sebagai keuntungan utama menjadi seorang Wirausaha. Selain dari adanya keuntungan dalam berwirausaha terdapat pula kekurangan dalam berwirausaha, adanya kekurangan atau kerugian yang harus dirasakan dalam berwirausaha. Untuk mengantisipasi penyebab kegagalan dalam berwirausaha harus dilakukan hal-hal yang disarankan terutama dalam kemampuan dalam manajerial. Demikian pula dalam berwirausaha melalui internet, terdapat kehususan keuntungan dan kerugian dalam menjalankan bisnis melalui internet.

LATIHAN DAN SOAL

1. Jelaskan keuntungan dalam melakukan kegiatan wirausaha dan Jelaskan keuntungan dalam menjadi seorang wirausaha internet!
2. Jelaskan peran penting pembentukan karakteristik wirausaha pada tingkat pendidikan dasar dalam mengatasi kerugian berwirausaha!

3. Jelaskan beberapa hal yang menjadi kerugian dalam berwirausaha dan Jelaskan kerugian menjadi wirausaha internet!
4. Hal-hal apa saja yang menjadi penyebab kegagalan dalam berwirausaha!
5. Kemukakan hal-hal yang disarankan untuk mengantisipasi kegagalan dalam berwirausaha dan yang disarankan dalam mengantisipasi kegagalan dalam berwirausaha melalui internet!

RUJUKAN

- Sanjaya Wisnu dan Sanjaya Ridwan. 2009. Membangun Kerajaan Bisnis Online. Tuntunan Praktis Menjadi Pebisnis Online Ulung. Jakarta. Gramedia Pustaka
- Krisianto, Andy. 2014. Internet untuk Pemula: Panduan Menggunakan Internet secara Produktif. Jakarta. PT. Elex Media Komputindo.
- Serfiani, Cita, dkk. 2013. Buku Pintar Bisnis Online dan Transaksi Elektronik. Jakarta. Gramedia Pustaka.
- Taylor, Travor. 2017. 10 Tips for the Beginning Internet Entrepreneur.
<http://www.htmlgoodies.com/html5/slideshows/10-tips-for-the-beginning-internet-entrepreneur.html#fbid=YGdmTOoEeAU>

BAB IV *START UP WIRUSAHA* **INTERNET**

PENDAHULUAN

Seperti yang dikatakan oleh seorang Profesor ahli Kewirausahaan di Babson College bernama Lange (2010) Bagi pengusaha kreatif dengan sumber daya terbatas, Internet menawarkan kesempatan yang signifikan untuk membangun bisnis baru dan meningkatkan usaha yang ada. Internet dapat menjadi solusi untuk mengembangkan industri. Bisnis yang ada dapat memanfaatkan berbagai aplikasi Internet, mulai dari layanan pelanggan sampai pemrosesan pesanan hingga hubungan investor. Lange mengemukakan bahwa, bagi banyak pengusaha, tantangan yang ditimbulkan oleh Internet adalah peluang Untuk menyenangkan pelanggan dan menciptakan usaha kewirausahaan yang menarik. Banyak wirausaha yang memulai kesuksesan setelah bergabung menjadi wirausaha internet. Pemanfaatan jaringan internet telah membuat pertumbuhan usaha kecil bergerak menjadi usaha menengah dan berhasil meraup banyak keuntungan. Beberapa profil wirausaha internet yang suksespun muncul, cerita sukses mereka menjadi inspirasi untuk mendorong kesuksesan para wirausaha pemula. Dalam belajar berwirausaha,

membicarakan suatu bentuk usaha, akan lebih menarik jika diawali dengan kisah-kisah sukses dari mereka yang berkecimpung dibidang usaha serupa. Semenjak berkembangnya bisnis melalui jaringan internet, cerita kesuksesanpun bermunculan. Profil orang-orang sukses ini menjadi teladan sukses mereka yang akan memula usaha.

Tujuan instruksional pada bagian ini adalah mahasiswa mampu untuk:

1. Mengetahui tentang Pengertian Start Up
2. Memahami Proses pembentukan Start Up
3. Menjelaskan masalah umum yang dihadapi para Start Up
4. Mengetahui Cerita Sukses Start Up dalam dan luar Negeri

PENYAJIAN MATERI

Pengertian *Start up*

Seorang pendiri startup berbeda dari seorang pengusaha saat memulai usaha, seorang *start up* menciptakan bisnis yang konsep “suatu saat” akan menjadi sukses. Dengan arti kata bahwa terdapat ketidakpastiaan yang kuat dari usaha yang akan dirintis. *Start Up* lebih kepada wirausaha yang bertindak sebagai perintis gagasan yang menunjukkan eksistensi usaha dengan kerjakeras dengan tantangan besar karena ketidakpastian pasar dan keunikan yang dibawa dalam usaha.

Sethi (2014) menyatakan bahwa *Start up* sebagai pendiri awal usaha tidak memiliki motif keuangan yang besar, *Start Up* menciptakan produk atau layanan untuk mengubah dunia berdasarkan kreativitas yang dimiliki. *Start Up* memiliki kecenderungan untuk ingin menjadi terkenal atau menunjukkan kepada orang lain bahwa apapun itu adalah mungkin.

Arjanti (2012) menyatakan tentang definisi *Start Up* adalah sebuah perusahaan baru atau rintisan yang masih berusia muda dan umumnya masih membutuhkan banyak proses Riset dan Development (R&D) untuk mencari ceruk pasar dan target konsumennya, *Start Up* umumnya memiliki biaya produksi yang rendah, resiko yang tinggi serta potensi bisnis yang menarik.

Pendirian sebuah organisasi usaha (perusahaan) baru tidak dapat dibentuk dengan seketika, namun membutuhkan suatu proses yang sangat kompleks. Pembentukan usaha akan berkembang seiring berjalannya waktu, karena seseorang harus mencari sumber daya yang mampu membuatnya bersaing di pasar. Deakins & Whittam, (2000: 116) menyatakan bahwa Proses pembentukan start-up kewirausahaan ditandai adanya ketidakpastian dalam hasil usaha dan kesuksesan, serta tingginya tingkat kegagalan yang mungkin terjadi.

Dengan demikian pada dasarnya *start up* merupakan perusahaan rintisan yang memulai usaha dengan suatu inovasi yang masih dalam penelitian dan pengembangan. Banyak kajian yang mengaitkan *start up* wirausaha hanya terkait dengan wirausaha yang merintis usaha dibidang teknologi informasi yang berkembang di jaringan internet. Namun hal ini tidak sepenuhnya benar jika dikaitkan dengan kecenderungan pembentukan usahanya, *start up* tidak hanya wirausaha yang merintis usaha dibidang teknologi informasi dalam jaringan internet namun setiap wirausaha yang merintis usaha dalam bentuk inovasi dan gagasan dalam ketidak pastian yang hanya mengandalkan ide dan peluang adalah *start up*. Tidak sedikit wirausaha yang merupakan usaha rintisan yang berhasil menjadi usaha besar dan sukses melalui pengembangan usaha yang dilakukan. Berdasarkan uraian di atas maka kata kunci dari seorang *start up* adalah perusahaan rintisan, inovasi, pengembangan dan penelitian, resiko tinggi dan memiliki potensi bisnis yang unik dan menarik.

Proses Terbentuknya Start Up

Schumpeter dalam tulisannya berjudul "Teori Pembangunan Ekonomi" (1912) menyatakan bahwa penciptaan perusahaan baru merupakan faktor penentu perkembangan ekonomi suatu Negara. Schumpeter percaya bahwa kemunculan sebuah perusahaan baru tergantung pada bagaimana seorang wirausaha dapat melakukan identifikasi

kesempatan untuk mengkombinasi faktor produksi, kemudian bisa menghasilkan suatu produk dari perubahan teknologi.

Dalam teori ini, Schumpeter menyatakan bahwa inovasi merupakan faktor sentral dalam penciptaan perusahaan baru dan menjadi kekuatan penggerak pada perubahan industri. Menurut Schumpeter Kreativitas membawa penciptaan yang kuat, inovasi mengarah pada munculnya perusahaan baru di bidang ekonomi. Inovasi bisa menentukan Kecepatan perubahan struktural dalam industri, oleh karena itu perubahan teknologi bertindak sebagai "isyarat" untuk kemunculan perusahaan baru yang melesat dengan kemajuan. Perusahaan baru tersebut dinamakan dengan *Start Up*.

Mac Millian (1990) berpendapat bahwa dalam proses pembentukannya wirausaha *start up* harus memiliki lima komponen, yaitu:

- b. Kemampuan teknis tentang prosuk atau layanan yang akan dikembangkan
- c. ide produk atau layanan yang unik dengan inovasi dan kreativitas
- d. Kontak pribadi yang dapat dihubungi untuk keberadaan produk
- e. Sumber daya fisik yang kuat untuk mendukung proses pembentukan usaha

- f. Pesanan pelanggan, yang berarti adanya permintaan terhadap produk dan layanan yang dikembangkan

Evers (2003) menyarankan empat sifat wirausaha yang muncul dari sebuah start up usaha, yaitu:

- a. Niat yang kuat untuk menciptakan sebuah Organisasi
- b. Upaya untuk merancang sumber daya untuk menciptakan dan mengorganisir usaha
- c. Mengembangkan batas organisasi
- d. Adanya pertukaran sumber daya yang melintasi batas pada penjualan.

Aldrich (2000) menyatakan bahwa wirausahawan yang baru lahir dengan rintisan usahanya (*start up*) memerlukan beberapa jenis pengetahuan seperti pengalaman kerja, nasehat dari para ahli, dan menyalin/meniru bentuk organisasi yang ada. Modal SDM menjadi faktor kunci yang penting dalam memahami dan menjelaskan mengapa dan bagaimana start up muncul.

Pembentukan atau munculnya *start up* mempengaruhi keadaan perekonomian dari sebuah Negara. Adanya start up terkait dengan bagaimana seorang pencipta gagasan yang kreatif muncul dengan kelahiran produk dan layanan barunya untuk memecahkan persoalan yang ada dimasyarakat. *Start Up* lahir dengan tantangan yang kuat karena besarnya kemungkinan gagal dari keterterimaan

produk dan layanan bagi masyarakat yang menggunakan. Oleh karena itu dibutuhkan faktor-faktor atau komponen-komponen sikap yang harus dimiliki *start up*.

Disamping yang dikemukakan di atas, Faktor kognisi dan tindakan para wirausaha *start up* mempengaruhi proses memulai bisnis. Fokus utamanya adalah menentukan ukuran yang tepat untuk digunakan, mengidentifikasi faktor kognitif yang mungkin mempengaruhi kemampuan mempertahankan kekonsistenan (persistensi) individu dalam berwirausaha. Meskipun peluang sukses *start-up* yang tidak pasti menyebabkan seorang *start up* wirausaha wajib melakukan desain penelitian dengan membandingkan perubahan subjek dari suatu waktu tertentu (longitudinal). Faktor kognitif berperan penting dalam proses memulai bisnis. Wirausaha Start Up sangat mengandalkan kemampuan (kompetensi) inti yang diyakininya bernilai jual tinggi.

Keyakinan dan spekulasi dari kesempatan dalam usaha menjadi modal dan kekuatan untuk bertahan dalam persistensi menghadapi jatuh bangun usaha. Seorang *start up* dapat benar-benar sukses dengan luar biasa dan tidak menutup kemungkinan untuk gagal total karna tidak berhasil membangun keyakinan pasar akan produk/layanan yang diperkenalkan dan dirintisnya.

Masalah Umum yang dihadapi Start Up

Setiap orang meyakini bahwa menciptakan bisnis baru penuh dengan kesulitan dan kegagalan. Resiko sangat dekat dengan wirausaha, bukan suatu hal yang asing bahwa karakteristik unggul seorang yang dikemukakan oleh banyak ahli adalah “berani mengambil resiko”. Karakter ini sangat kuat ada didalam seorang wirausaha Star Up.

Banyak start-up tidak pernah mencapai posisi sukses dan mayoritas mendekati posisi sukses dalam waktu satu tahun setelah mereka menjadi mapan. Bagi start Up memulai bisnis baru adalah salah satu petualangan dan tantangan tetapi membawa serta risiko tinggi dan ketidakpastian. Meski beberapa start up bertahan dan menjadi sangat sukses meraup keuntungan, bukti empiris telah menunjukkan bahwa ada masalah utama, yang umum terjadi pada semua start up terlepas dari tingkat inovasi produk baru yang mereka ciptakan, masalah tersebut adalah; Sumber keuangan, pengalaman bisnis, pengetahuan dalam manajemen, dan jaringan bisnis, meningkatkan modal, sulitnya membangun reputasi, mengamankan penyedia sumber daya, kendala tempat tinggal dan biaya tenaga kerja yang tinggi merupakan masalah berulang yang dinyatakan dalam literatur dan juga dalam bukti empiris kegagalan seorang Start Up (Storey, 1985).

Banyak pengusaha, yang memiliki inisiatif untuk memulai bisnis sendiri sedangkan mereka memiliki pengalaman bisnis yang rendah pada industri yang ingin mereka hadapi. Namun, beberapa nama terkenal yang mendunia dengan usahanya berhasil mencapai kesuksesan Bisnis meskipun pada awalnya merupakan pribadi yang tidak berpengalaman didalam bisnis, misalnya Bill Gates dan Michael Dell pemuda putus sekolah, Steve Wozniak, pendiri Apple Computers adalah orang yang tidak istimewa hanya seorang Insinyur di Hewlett-Packard, namun mereka melegenda sebagai start up yang sukses (Bhide, 2000).

Apa yang membuat sukses dan gagal para start Up?. Ulasan penelitian banyak mengungkapkan hal-hal yang menjadi kunci sukses dan penyebab kegagalan para perintis usaha. Para start Up cenderung memiliki pengetahuan terbatas tentang industri yang mereka masuki. Bhide (2000) melakukan survei lebih lanjut terhadap 500 start up yang berdiri antara tahun 1982 dan 1989. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 12% pendiri mengaitkan kesuksesan perusahaan mereka dengan Ide yang tidak biasa atau luar biasa dan sisanya 88% melaporkan keberhasilan mereka terutama karena ide yang luar biasa serta Eksekusi gagasan ke industri.

Namun, kebanyakan bisnis baru dengan hanya mengandalkan Ide yang inovatif masih tidak mampu

mencapai keuntungan, dan menemukan lebih banyak masalah dalam tahap start up mereka. Karena gagasan inovatif, sering tidak disertai dengan pengalaman yang cukup serta pengetahuan yang rendah bisa menciptakan hambatan besar dalam meningkatkan modal.

Mendapatkan pembiayaan eksternal merupakan salah satu faktor kunci, untuk membawa pertumbuhan dan perkembangan start up. Informasi ekonomi menunjukkan bahwa Informasi yang tidak berimbang memainkan peran penting ketika seorang wirausaha start up mencari pembiayaan dari luar untuk usaha baru. Karena informasi yang berlainan (asimetris) akan menumbuhkan pertimbangan yang lebih tajam menentukan keputusan pengembangan usaha dengan pemodal dari pihak eksternal. Oleh karena itu sebagai seorang pemula dan perintis usaha dapatkan informasi sebanyak mungkin mengenai investasi yang ditawarkan pihak eksternal terhadap pengembangan usaha yang akan dilakukan. Deakins & Whittam, (2000) menyatakan bahwa sebagian Start-up menghadapi kerugian karena mereka memiliki non trading Track record dan mungkin tidak memiliki informasi yang cukup untuk melakukan penilaian risiko.

Dikemukakan oleh Arjanti dan Mosal (2012), agar sukses dalam melaksanakan bisnis online terdapat beberapa

pengalaman beberapa start up yang dirangkum sebagai berikut:

1. Memilih bidang sesuai passion. Hal utama yang dapat membuat seseorang bahagia adalah passion. Orang yang memiliki passion terhadap pekerjaannya akan selalu punya semangat untuk belajar dan penasaran dengan hal-hal yang dikerjakannya.
2. Memulai dari value, bukan profit. Memang ada pula orang yang merintis start up dengan orientasi untuk mengejar laba dan keuntungan finansial. Sebagai sebuah entitas bisnis, start up memang harus memikirkan kelangsungan hidupnya. Namun jika niat untuk merintis usaha melalui start up untuk mengejar keuntungan hal ini akan menjadi sangat melelahkan, namun jika untuk memberikan nilai tambah pada kehidupan maka hal ini akan menjadi sesuatu yang menyenangkan. Rajin melakukan evaluasi dan memories feedback dari orang-rang sekitar. Meminta masukan jujur dari orang-orang yang telah menerima layanan dan produk. Menanyakan apa yang menjadi kelemahan serta kelebihan dari produk startup yang dihasilkan. Hal ini bertujuan untuk mengembangkan value dari start up yang dikembangkan.
3. Memiliki Visi. Terdapat beberapa point mengenai visi yang dapat dipelajari dari pengalaman sukses para start up yaitu 1) mengamati tren global dengan banyak berinteraksi dan bertanya tentang fenomena yang

terjadi didalam lingkungan, 2) berani bertindak, 3) Berani mengambil resiko, 4) Berkomitmen dalam menggapai visi.

4. Mau bekerja keras. Setelah visi, hal yang paling penting adalah kerja keras. Kerja keras yang akan membuat mimpi menjadi nyata, kerja keras pula yang membedakan antara orang-orang yang hanya memiliki gagasan atau ide dengan yang berkemauan untuk maju
5. Pantang Menyerah. Mengembangkan sebuah start up memaksa perintis untuk menghadapi berbagai kemungkinan dan tantangan. Keberadaan investor, talenta tim yang hebat, kepandaian para pendiri tidak akan bisa menghindari diri dari tantangan

Oleh karena itu tidak cukup dengan inovasi yang dilakukan oleh para start up, untuk sukses mereka membutuhkan peluang pendanaan dari pihak eksternal. Start Up membutuhkan biaya besar untuk perkembangan usahanya. Start Up membutuhkan pendana eksternal untuk dapat mengembangkan usaha. Kemampuan pengetahuan tentang investasi juga harus dikuasai oleh start up, agar sukses dan mampu menunjukkan eksistensinya.

Cerita Sukses *Start Up*

Berikut dikemukakan beberapa profil sukses wirausaha dari dalam dan luar negeri. Di Indonesia wirausaha internet sudah

mulai bermunculan sejak tahun 1990. Pada wirausaha pemula (start up) bidang teknologi informasi mulai lahir di Indonesia seperti Detik.com, KasKus, Lipposhop.com dan Satunet.com. Detik.com dan KasKus sampai saat ini masih melejit dan berhasil mempertahankan usahanya. Penulis merangkum beberapa cerita sukses Start Up dari dalam dan luar negeri yang dikutip dari Buku Start Up Indonesia: Inspirasi & Pelajaran dari Para Pendiri Bisnis Digital (Arjanti dan Mosal:2012)

Start Up Sukses di Indonesia:

- a. Aulia Halimatussadiyah di panggil Ollie. Memulai kiprah didunia digital saat merintis Kutukutubuku.com dengan rekannya Angelina Anthony pada tahun 2006. Hal utama yang mendorong semangatnya untuk membuka toko buku online adalah rasa kecintaan pada buku. Ollie menjalankan bisnis yang berdasarkan kepada hobi dan kecintaanya yakni membaca dan menulis buku. Tahun 2010, Ollie mendirikan NulisBuku.com untuk membantu penulis yang ingin menerbitkan buku sendiri, hal ini berdasarkan pengalaman sebagai penulis yang sulit menemukan penerbit yang berkualitas di Indonesia yang umumnya memiliki idelalisme sendiri. NulisBuku.com adalah sebuah StartUp yang berbasis Komunitas. Pada Juni 2011 sudah ada 20.000 anggota yang terdaftar pada web tersebut.

- b. Sanny Gaddafi biasa dipanggil Sagad. Pendiri situs jejaring sosial Fupei. Proyek Situs Fupei dimulai saat situs pertemanan Friendster masih populer. Mengusung Motto “Without Friend, we’re nothing” Fupei menasar orang-orang asli Indonesia. Hal ini sesuai dengan kepanjangan dari Fupei yakni Friends Uniting Program Especially Indonesian. Pada Juni 2012 anggota Fupei mencapai 210.000 orang Indonesia. Setelah membuat Fupei Sagad kemudian menggagas Situs BundaFaul.com, situs ini berasal dari ide bahwa beberapa blog-blog yang dikunjungi sagad yang menurutnya paling seru adalah blog yang bercerita tentang curahan hati para ibu-ibu tentang anak-anak mereka. Hal inilah yang menjadi dasar untuk membuatkan wadah untuk menampung para ibu untuk berbagi cerita. Situs ini juga berawal dari komunitas. Terakhir Sagad mendirikan sebuah situs Sixreps.com yang digagas dengan Denny Santoso, situs ini memiliki target para pecinta olah raga kebugaran (fitness). Komunitas pencinta olahraga Fitnes menjadi sasaran dari situs ini, pada tahun 2011 anggota dari situs ini sudah mencapai 30.000 orang, anggota dapat menikmati program-program pelatihan, foto maupun video, modul-modul dan berbagi pengalaman.
- c. Willy Ekaslim: Menggagas “Bistip” Bisnis Titip, yang berawal dari pengalaman penggagas terkait dengan penitipan barang semenjang pendirinya bekerja dan sekolah diluar negri. Tingginya ongkos pengiriman

barang membuat ide untuk jasa penitipan barang melalui Bistip dari orang-orang yang sedang melakukan perjalanan kesuatu daerah atau Negara. Bistip adalah layanan untuk titip menitip barang. Cara kerjanya: Contohnya Joni seorang warga Jakarta yang ingin membeli suatu barang keinginan istrinya yang sedang hamil yaitu manisan dari Bangkok. Dengan menjadi anggota Bistip, Joni dapat mencari rekan yang sedang berada di Bangkok atau sedang melakukan perjalanan di Bangkok, Joni tinggal bernegosiasi untuk mencari barang dan menghitung berapa tips yang harus dibayarkan untuk mendapatkan manisan yang diinginkan. Selanjutnya Joni tinggal mentrasfer pembayaran dana ke Bistip SafePay (system pembayaran paa Bistip) sebagai jaminan agar rekan yang berada di Bangkok dapat membelikan pesanannya. Ide Bistip ini mendapatkan ganjaran penghargaan pada ajang SparxUp Awards 2011 sebagai Bes Social Network, Best User Generated Content dan The Most Promising Start Up.

- d. Marlin Sugama dan Suaminya Andi Martin: Penggagas Start Up Altermyth Studio yang fokus kepada bidang pengembangan Games. Tahun 2007 menggagas Main Games Studio yang fokus kepada pembuatan games dengan karya animasi. Salah satu karya games animasi yang terkenal bernama Hebring yang dikembangkan Marlin dan rekan-rekan menjadi pemenang dalam

Indonesia ICT Award 2007. Hebring cukup banyak peminatnya, pada tahun 2010, Marlin dan timnya diminta untuk mengembangkan Hebring menjadi Komik, akhirnya fokus Main Fames Studio berkembang tidak saja pada Games tetapi juga dibidang animasi dan komik dengan pergantian nama Main Studios, kata Main berasal dari bahasa Indonesia “main” atau play.

- e. Arief Widhiyasa: Pada April 2009, 17 orang mahasiswa da seorag siswa SMA berasal dari Bandng, mendirikan Agate Studio (www.agatestudio.com). Awalnya mereka berkumpul karena memiliki passion yang sama, yaitu ingin mengembangkan games. Oleh sebab itu mereka memutuskan untuk mendapatkan penghasilan dari mendirikan perusahaan yang dapat menjadi sarana bagi mereka untuk berkarya dan membuat games. Salah satu prototype games mereka adalah Blank!, pernah menjadi juara kedua dalam ajang Indonesia ICT Award (INAICTA) 2009, untuk kategori Digital Interative Media. Selain Blank sudah terdapat beberapa games lainnya yaitu Wish, Twilight, Ponporon dan Farewell Night. Pada tahun 2012 sudah 101 games yang telah dikembangkan oleh Agate Studio.
- f. Achmad Zaky dengan Bukalapak. Berawal dari keinginan membantu para pengusaha kecil dan menengah (UKM) mengembangakn usaha mereka, Achmad Zaky dan teman-teman membuat Bukalapak.com. Saat itu, dia melihat bahwa situs e

commerce bias menjadi solusi bagi para pengusaha UKM untuk memperluas pasar dan memperlebar saluran distribusi mereka. Nama Bukalapak.com dipilih karena bias menggambarkan kebiasaan pengisaha UKM di Indonesia unuk membuka “Lapak” atau tempat berjualan sederhana. Seja berdiri pada tahun 2010, Bukalapak.com terus berkembang, taahun 2011 situs ini sudah berhasil memancing sekitar 20.000 pemngunjung perhari dengan 430.000 page, artinya 1 orang pengunjung rata-rata membuka 22 halaman perhari. Pada tahun 2015, statistika yang dikemukakan oleh situs hypestat.com menyatakan pengunjung Bukalapak.com mencapai 1,3 juta visitor setiap hari. Karena karakter Startup seperti Bukalapak.com membutuhkan waktu relative lama unuk mendapatkan profit mereka lalu mendirikan suitmedia, yakni sebuah perusahaan konsultan digita yang fokus berada pada empat bidang yakni layanan teknologi, desain web interaktif, platform mobile dan strategi digital. Lewat Suitmedia, Zaky dan rekan-rekan mendapatkan penghasilan layanan dan produk yang melayani sekmen perusahaan. Dibawah bendera Suitmedia pula pada Agustus 2011 mereka mengembangkan HijUp.com, situs e commerce yang menjual produk-produk busana muslim.

- g. Soegianto dengan “Sedapur” sebuah Portal E Commerce yang Berjiwa Sosial: Sedapur.com merupakan portal e

commerce yang fokus pada industri kuliner UKM. Disini para produsen makanan rumahan dapat memasarkan produknya dengan membuat toko daringnya sendiri. Mereka juga dapat memperoleh bantuan pengelolaan situs, administrasi keuangan dan jasa pengiriman. Disisi lain konsumen dapat menemukan aneka makanan untuk dipesan melalui portal ini. Hal ini berawal dari keinginan dari Soegianto untuk membantu bagaimana pusat perekonomian keluarga dapat berasal dari dapur rumah sendiri yang diproduksi oleh rumah tangga. Layanan e commerce yang fokus pada penjualan makanan ini sudah memenangkan penghargaan Nokia Fellowship salah satu penghargaan dalam ajang international Young Creative Entrepreneur (IYCE) 2011.

Start Up Dunia

- h. Tom dan James Monaghan: Pada tahun 1960 dua kakak beradik ini meminjam US\$ 900 dari sebuah Bank local di Michigan, Amerika Serikat. Dengan uang tersebut mereka membeli sebuah toko pizza bernama “Domi Nick’s” dan sebuah mobil VW beetle untuk mengantarkan pesanan. Setahun kemudian James menukar setengah kepemilikan bisnisnya dengan mobil tersebut. Sebagai pemilik tunggal Tom lalu mengganti nama menjadi Domino’s. Tujuh tahun berselang, franchise pertama Dominos dibuka di Michigan. Pada tahun 1998 Tom megundurkan diri dan menjual 93%

saham Dominos yang sekarang sudah beroperasi di 55 negara di dunia termasuk di Indonesia. Tom merintis bisnisnya ini dari kecil, dari sebuah Start Up.

- i. Pada tahun 1960, Horst Rechelbacher hanyalah seorang penata rambut dan pemilik salon. Saat itu isu lingkungan belum menjadi banyak perhatian, namun Rechelbacher sudah mulai mempertanyakan keamanan produk-produk yang berbahan kimia yang setiap hari digunakan di salon. Pria ini kemudian mempelajari ilmu mengenai Yoga, meditasi dan sistem penyembuhan alternative berusia 5.000-an tahun bernama Ayurveda. Ia juga pergi ke India untuk belajar. Setelah itu dibantu ibunya yang seorang herbalist, Rechelbacher mulai bereksperimen mengembangkan produk perawatan rambut dan kulit dari tumbuh-tumbuhan. Pada tahun 1978, Rechelbacher meluncurkan produk-produk kecantikan herbal dengan merek Aveda. Tahun 1997, Aveda menarik perhatian perusahaan kecantikan ternama Estee Lauder hingga akhirnya mengakuisisi Aveda dengan nilai US\$300 juta. Hingga kini, Aveda dikenal sebagai produk ramah lingkungan dan diakui dalam industri kecantikan di dunia. Rechelbacher memulai bisnisnya dari sebuah Start Up.
- j. Pierre Omidyar. Kisah sukses eBay.com. Konon eBay.com dimulai dari sebuah situs web yang sangat sederhana. Portal jual beli ini dibuat Omidyar untuk kekasihnya yang hobi mengoleksi kotak permen

bermerk Pez, eBay dibuat sebagai media agar kekasihnya mudah berhubungan dengan kolektor-kolektor Pez lainnya. Berbekal pengetahuannya tentang pemrograman komputer, Pierre Omidyar hanya butuh waktu satu minggu untuk membuat situs tersebut. eBay.com kemudian menjadi sangat populer sebagai tempat orang-orang yang ingin membeli atau menjual apa saja. Sekarang, jutaan produk diperjualbelikan di eBay.com. Pendapatan portal e commerce ini pun telah mencapai milyaran dollar AS.

- k. Bill Gates dan Paul Allen (1975): Pendiri Microsoft ini selain menciptakan system operasi Windows untuk computer juga menciptakan system operasi mobile. Setelah menggurita dalam bisnis peranti lunak Microsoft kemudan merambah bisnis perangkat keras. Salah satunya dengan merilis konsol game Xbox. Microsoft juga memasuki bisnis internet melalui MSN.com dan mesin pencari Bing.
- l. Steve Jobs dan Steve Wozniak: Pada tahun 1976 mendirikan Apple, perusahaan ini memulai usahanya dengan memproduksi komputer, lalu mengembangkan system operasi Macintosh. Apple berkembang menjadi salah satu perusahaan TI terbesar dan paling inovatif di dunia. Beberapa inovasi Apple yang diakui sukses mengubah gaya hidup masyarakat dunia adalah pemutar music iPod, system operasi mobile iOS,

smartphone iPhone, layanan music iTunes, teknologi cloud computing iCloud serta computer tablet iPad.

- m. David Filo dan Jerry Yang. Pada tahun 1994 mereka mendirikan Yahoo!. Yahoo! Merupakan salah satu dari segelintir perusahaan internet era 90-an yang masih bertahan menghadapi gelombang bubble di Amerika. Perusahaan ini mencapai puncaknya pada awal tahun 2000-an.

RANGKUMAN

Start up merupakan perusahaan rintisan yang memulai usaha dengan suatu inovasi yang masih dalam penelitian dan pengembangan. Banyak kajian yang mengaitkan *start up* wirausaha hanya terkait dengan wirausaha yang merintis usaha dibidang teknologi informasi yang berkembang di jaringan internet. Namun hal ini tidak sepenuhnya benar jika dikaitkan dengan kecenderungan pembentukan usahanya, *start up* tidak hanya wirausaha yang merintis usaha dibidang teknologi informasi dalam jaringan internet namun setiap wirausaha yang merintis usaha dalam bentuk inovasi dan gagasan dalam ketidakpastian yang hanya mengandalkan ide dan peluang adalah *start up*. Keyakinan dan spekulasi dari kesempatan dalam usaha menjadi modal dan kekuatan untuk bertahan dalam persistensi menghadapi jatuh bangun usaha. Seorang *start up* dapat benar-benar sukses dengan luar biasa dan tidak menutup kemungkinan untuk gagal total karna tidak berhasil membangun keyakinan pasar akan produk/layanan yang diperkenalkan dan dirintisnya

TUGAS DAN LATIHAN

Kerjakanlah soal-soal berikut:

1. Jelaskan pengertian Start Up menurut para ahli dan kemukakan kesimpulan dalam bahasa sendiri!
2. Kemukakan bagaimana proses pembentukan Start Up!
3. Jelaskan permasalahan umum yang dihadapi para Start Up dalam mewujudkan keberhasilan usahanya!
4. Kemukakan 2 cerita sukses Start Up dalam Negeri!
5. Kemukakan 2 cerita sukses Start Up dari luar Negeri!

REFERENSI

- Aldrich, H. 2000. *Organisations Evolving*. Cambridge: Sage Publications
- Arjanti, Restituta Ajeng. 2012. *Start Up, Indonesia: Inspirasi & Belajar dari Para Pendiri Bisnis Digital*. Jakarta. Kompas Penerbit
- Bhide, A. (2000): *The Origin and Evolution of New Businesses*, Oxford University Press.
- Deakins, D. & Whittam, G. 2000. Business Start-Up: theory, practice and policy. In *Enterprise and Small Business Principles, Practice and Policy*, eds. S.Carter & D. Jones-Evans, 115-131. UK: Prentice-Hall
- Evers, Natasha. 2003. The Process and Problems of Business Start-Ups. *The ITB Journal*: Vol. 4: Iss. 1, Article 3. Available at: <http://arrow.dit.ie/itbj/vol4/iss1/3>
- Lange, J.E., Mills, D.Q. 1979. *The Construction Industry: Balance Wheel of the Economy*: D.C. Heath

MacMillian, J. C. & Long, W. A. 1990. "Developing New Ventures", San Diego, CA:Harcourt Brace Jovanovich, cited in in Gatewood, E.J., Shaver, K.G., Gartner, W.B.(1995): "A longitudinal Study of cognitive factors influencing start-up behaviours and success at venture creation", *Journal of Business Venturing* 10(5): 371-391

Sethi, Japjot. 2014. The Differences between Entrepreneurs and Startup Founders.
<https://www.linkedin.com/pulse/20140813173935-8497556>

BAB V

AKTIVITAS WIRAUSAHA INTERNET

PENDAHULUAN

Seorang wirausaha internet adalah mereka yang melaksanakan aktivitas dan kegiatan wirausahanya dengan memanfaatkan jaringan internet. Wirausaha internet melakukan eksplorasi bisnis, menciptakan bisnis, membuat keputusan bisnis, bertransaksi atau beroperasi dalam bisnisnya dengan menggunakan fasilitas internet. Untuk memahami bagaimana seorang wirausaha internet melakukan kegiatan bisnis onlinenya maka terdapat kajian-kajian-kajian yang terkait dengan penyelenggaraan bisnis online.

BAB V ini membahas bagaimana wirausaha internet dalam menjalankan bisnis online dengan tujuan intruksional sebagai berikut:

1. Memahami tentang Peluang Bisnis Melalui Jaringan Internet
2. Memahami tentang Pengertian dan Perbedaan *E Business* dan *E Commerce*
3. Memahami tentang Karakteristik E Commerce

4. Memahami tentang Model Bisnis Online dan Jenis Bisnis Online
5. Memahami tentang Ruang Lingkup Bisnis Online
6. Memahami tentang Transaksi Pembayaran dalam Bisnis Online
7. Memahami tentang Merencanakan Bisnis Online
8. Memahami tentang Perlindungan Konsumen Bisnis Online
9. Memahami tentang Perlindungan HAKI dan Hak Pribadi

URAIAN MATERI

Peluang Bisnis Melalui Jaringan Internet (Online)

Pengenalan teknologi informasi dan komunikasi membawa harapan baru untuk para wirausaha. Dengan meningkatnya popularitas Internet dan teknologi komunikasi, konsumen semakin banyak menyelidiki dan pembelian produk melalui jaringan Internet. Salah satu fitur yang menonjol dari Internet adalah pengenalan Web 2.0 yang memungkinkan pengguna untuk membentuk dan memperluas jaringan mereka secara online (O'Reilly 2009). Fitur ini telah terbukti mampu mendukung badan usaha, khususnya di kegiatan yang berhubungan dengan marketing.

Wirayuda (2016) menyatakan bahwa Internet telah membuat interaksi bisnis menjadi multi-aspek. Sekarang

orang bisa melakukan bisnis, seperti membeli sesuatu, bertransaksi, dan menjalankan fungsi-fungsi bisnis melalui internet. Konsumen dan pemilik/pengelola bisnis dapat mendapatkan dan melakukan apa yang mereka inginkan tanpa harus meninggalkan beranjak dari tempat duduk, selama terhubung dengan internet.

Krisianto (2014:2) Menyatakan bahwa intrnet menawarkan kecepatan informasi yang tidak terbayangkan sebelumnya. Dalam hitungan detik kita dapat bertukar informasi dengan seseorang dibelahan dunia yang lain. Selama terhubung dengan internet, kita bias mendapatkan informasi kapanpun dan dimanapun, dengan internet kita tidak perlu pergi kemanapun jika ingin mendapatkan informasi. Saat mengakses internet, kita dipastikan akan berhubungan dengan website, dan setiap informasi yang ada diinternet akan ditampilkan dihalaman website. Analoginya webside seperti sebuah malaman pada majalah, buku atau Koran. Setiap website memiliki alamatnya masing-masing, contoh: www.unp.ac.id, www.cnn.com dan sebagainya.

Perkembangan fitur Web 2.0 membuka peluang bagi para pelaku usaha diseluruh dunia untuk mengembangkan kegiatan bisnis melalui media elektronik, yang diprediksi akan menjadi model perdagangan dimasa depan. Secara umum kegiatan bisnis menggunakan media elektronik

disebut dengan elektronik bisnis atau lebih populer dengan istilah e-business. Salah satu bentuk e business yang paling dikenal masyarakat adalah kegiatan perdagangan elektronik atau yang lazim dikenal dengan istilah electronic commerce disingkat e commerce.

Internet merupakan dunia tanpa batas yang dapat dimanfaatkan untuk berbisnis, seperti yang dikemukakan oleh Mangkulo (2009) bahwa internet pada zaman sekarang ini sudah merupakan hal yang umum dan menjadi gaya hidup atau life style bagi banyak orang. Setiap tahun pengguna internet didunia dan di Indonesia khususnya terus meningkat. Internet telah mengubah cara manusia dalam berfikir dan berkomunikasi dan dapat dimanfaatkan untuk belakukan kegiatan bisnis.

Sulianta (2014) mengemukakan bahwa internet yang menciptakan dunia virtual ternyata mampu membangun bisnis nyata dengan keuntungan yang nyata bahkan mampu menjadi sumber penghasilan utama. Kekuatan online membuat bisnis ini bisa dijalankan dengan instan. Mampu mempercepat berbagai elemen-elemen transaksi bisnis tradisional segalanya berjalan dengan sekejap, salah satu yang terpenting dalam fitur online yaitu kemampuan dalam menghubungkan penjual dengan pembelinya dengan waktu yang cepat.

Sanjaya dan Sanjaya (2009) menyatakan bahwa Sangat mudah bagi seseorang masuk dalam dunia internet, namun sangat sulit dan dibutuhkan alasan yang kuat untuk tetap bersikeras bertahan dalam bisnis online di internet serta menggunakan media baru tersebut secara efektif. Diperlukan sebuah komitmen yang kuat, tidak peduli seberapa kecilnya untuk menjalankan usaha internet.

Berdasarkan teori-teori yang telah dikemukakan tersebut maka dapat dinyatakan bahwa terdapat peluang yang besar dalam meraup keuntungan dari adanya perkembangan perdagangan elektronik menggunakan jaringan internet yang semakin hari semakin besar. Banyak kajian mencatat bahwa perdagangan online saat ini menjanjikan peluang bisnis yang dapat dilakukan oleh siapa saja. Namun terdapat hal-hal yang harus menjadi perhatian para pelaku bisnis sehingga peluang dalam melaksanakan bisnis dalam jaringan ini dapat dilaksanakan dengan baik dan menguntungkan pelakunya. Melaksanakan bisnis dalam jaringan internet bukanlah hal yang mudah, para pelaku bisnis harus memiliki kompetensi-kompetensi khusus yang mendukung suksesnya pelaku bisnis.

Pada BAB I telah dikemukakan pengertian wirausaha Internet sebagai pelaku dalam bisnis dalam jaringan internet (bisnis online).

Pengertian dan Perbedaan *E Business* dan *E Commerce*

Menurut Serfiani (2013:1) Pengertian dan ruang lingkup *e business* lebih luas dibandingkan dengan bisnis online, sebab *e business* tidak hanya terkait dengan penggunaan teknologi internet dan computer tetapi juga teknologi elektronika lainnya seperti; telepon rumah, telepon seluler, telex, telegram, faksimili, televisi, radio, elektronik data interchange (EDI) dan mesin ATM. Sedangkan Sanjaya dan Sanjaya (2009:8) menyatakan bahwa *e Business* merupakan serangkaian proses bisnis yang diselenggarakan menggunakan sistem informasi. Dengan demikian *e business* adalah kegiatan bisnis yang memanfaatkan teknologi elektronika tidak hanya pada pemanfaatan teknologi computer dan internet. Sedangkan *e commerce* adalah bagian dari *e business*. *E commerce* adalah salah satu implementasi dari bisnis online, berbicara mengenai bisnis online tidak terlepas dari apa yang disebut transaksi seperti *electronic commerce*, dalam *e commerce* terdapat aktivitas pembelian, penjualan, pemasaran dan layanan atas produk dan jasa yang ditawarkan melalui jaringan computer.

Menurut Nath, R., & Murthy (2003). Perdagangan elektronik atau yang disebut juga *e-commerce*, adalah penggunaan jaringan komunikasi dan komputer untuk melaksanakan proses bisnis. Pengertian dari *e-commerce* adalah

menggunakan *internet* dan komputer dengan *browser web* untuk mengenalkan, menawarkan, membeli dan menjual produk. Manfaat dengan penerapan *e-commerce* sebuah perusahaan dapat memiliki sebuah pasar internasional. Bisnis dapat dijalankan tanpa harus terbentur pada batas negara dengan adanya teknologi digital. Biaya operasional dapat ditekan sedikit mungkin. Mempercepat waktu pemrosesan dan mengurangi resiko human error. Mengurangi penggunaan kertas dalam berbagai aktifitas pengerjaan mulai dari mendesain, memproduksi, pengiriman, pendistribusian hingga marketing.

Ian (2010) mengemukakan bahwa terdapat perbedaan yang mendasar dari *e business* dan *e commerce*, Istilah *e-business* dan *e-commerce* seringkali terlihat dan digunakan untuk proses yang sama. Namun demikian, meskipun berhubungan, keduanya memiliki arti yang berbeda. Awalan “e” berarti “elektronik”, yang berarti kegiatan atau transaksi yang digunakan tanpa pertukaran atau kontak fisik. Transaksi diadakan secara elektronik atau digital, sesuatu dibuat menjadi mungkin dengan pesatnya perkembangan komunikasi digital. *E-commerce* berarti transaksi bisnis melalui internet di mana pihak-pihak yang terlibat melakukan penjualan atau pembelian.

Transaksi yang dilakukan dalam *e-commerce* pada dasarnya melibatkan pengalihan (*transfer*) atau penyerahterimaan

(*handing over*) kepemilikan dan hak atas produk atau jasa. Secara teknis, *e-commerce* hanya merupakan bagian dari *e-business* karena, menurut definisi, *e-business* adalah semua transaksi bisnis *online*, termasuk penjualan secara langsung kepada konsumen (*e-commerce*), transaksi dengan produsen dan pemasok, dan interaksi dengan mitra bisnis. Pertukaran informasi via *database* terpusat juga dilakukan dalam *e-commerce*. Fungsi-fungsi bisnis hanya terbatas pada sumber daya teknologi.

Wirayuda (2016) menyatakan perbedaan antara *e business* dan *e commerce* sebagai berikut: *e business* adalah kegiatan menjamin relasi dengan konsumen/klien dengan kegiatan bertukar data yang dilakukan suatu perusahaan, bisnis yang dilakukan secara otomatis memanfaatkan teknologi elektronik seperti computer dan internet. Sedangkan *e commerce* adalah bagian dari *e business*, *e commerce* merupakan proses pembelian, penjualan ataupun penggantian produk, pelayanan serta informasi dengan menggunakan internet. *E commerce* merupakan singkatan dari e untuk kata elektronik dan commerce yang berarti perdagangan yang digabungkan berdasarkan katanya berarti bahwa *e commerce* merupakan satu proses transaksi komersial yang menggunakan fasilitas elektronik.

Harisno (2009) mengemukakan *E-Commerce* merupakan satu set dinamis teknologi, aplikasi dan proses bisnis yang

menghubungkan perusahaan, konsumen dan komunitas tertentu melalui transaksi elektronik, dan perdagangan barang, pelayanan, dan informasi yang dilakukan secara elektronik. Sedangkan *E-Business* merupakan kegiatan berbisnis di internet, yang tidak saja pembelian, penjualan dan jasa, pelayanan pelanggan dan kerja sama dengan rekan bisnis (*bail individual* maupun instansi).

E-Commerce adalah kegiatan bisnis yang berkaitan dengan konsumen (*consumers*), manufaktur (*manufactures*), *service providers* dan pedagang perantara (*intermediaries*) dengan menggunakan jaringan komputer (*komputer networks*) yaitu internet. Julian Ding dalam bukunya *E-Commerce: Law & Practice*, mengemukakan bahwa *E-Commerce* sebagai suatu konsep yang tidak dapat didefinisikan. *E-Commerce* memiliki arti yang berbeda bagi orang yang berbeda.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa ***E-commerce*** pada prinsipnya melibatkan pertukaran uang dalam transaksi. ***E-business***, karena lebih luas, tidak terbatas pada transaksi yang bersifat keuangan (*monetary*). Semua aspek dalam bisnis, seperti pemasaran, perancangan produk, manajemen pemasokan, dsb., tercakup ***E-business*** lebih mengenai pembuatan produk besar, ide kreatif dan pemberian layanan yang bermutu, perencanaan pemasaran produk dan pelaksanaannya. Jadi, tentu saja, ***e-commerce*** merupakan bagian takterpisahkan dari proses ***e-business***,

namun dalam kerangka terbatas, *e-commerce* merupakan kegiatan menjual dan membeli.

Karakteristik E Commerce

Serfiani (2013:13) menyatakan terdapat 8 karakteristik utama yang mencirikan perdagangan online atau e-commerce, yaitu

- a. Menggunakan internet sebagai media utama dalam proses perdagangan
- b. Kebanyakan menggunakan transaksi elektronik sebagai cara bertransaksi
- c. Terdapat pertukaran barang/jasa dan informasi elektronik
- d. Penjual dan pembeli tidak perlu bertemu langsung atau bertatap muka
- e. Pembayaran dapat dilakukan secara online maupun offline
- f. Pengiriman produk dapat dilakukan secara online maupun offline tergantung jenis produknya apakah fisik ataupun digital
- g. Produk yang dijual dapat berupa fisik maupun non fisik (digital)
- h. Sasaran konsumen kebanyakan adalah anak-anak muda yang melek teknologi

Menurut Hidayat (2008:7) ada beberapa ciri yang dimiliki e-commerce dan tidak dimiliki oleh transaksi bisnis yang

dilakukan secara *offline*, beberapa hal tersebut adalah sebagai berikut ini :

- a. Produk: Banyak jenis produk yang bisa dipasarkan dan dijual melalui internet seperti pakain, mobil, sepeda dll.
- b. Tempat menjual produk: tempat menjual adalah internet yang berarti harus memiliki domain dan hosting.
- c. Cara menerima pesanan: Email, telpon, sms dan lain-lain.
- d. Cara pembayaran: Credit card, Paypal, Tunai
- e. Metode pengiriman: Menggunakan Pos Indonesia, EMS, atau JNE
- f. *Customer service*: email, Contact us, Telepon, Chat jika tersedia dalam software

Jalozie (2015) menyatakan bahwa Internet memiliki potensi untuk mengubah model bisnis biasa menjadi lebih bersifat kompetitif dan berahir sukses. Hal ini disebabkan karena karakteristik dari Bisnis berbasis internet ini adalah:

- a. Biaya yang relative Rendah. Lebih murah untuk membuka bisnis online dan tampil dengan transaksi bisnis online, dibandingkan ndengan membuka toko di dunia nyata. Hal ini disebabkan oleh marjinal biaya hampir tidak ada saat perusahaan mulai melakukan transaksi secara online.

- b. Menghemat Waktu. Bisnis online menghemat banyak waktu bagi pelanggan dan pebisnis. Pelanggan dapat meneliti produk dan layanan yang ditawarkan oleh perusahaan secara online. Setelah puas, pelanggan bisa menyelesaikan transaksi secara online.
- c. Interaktivitas yang Cepat. Ini adalah fitur menarik lainnya dalam berbisnis online. Pengguna Bisa mendapatkan informasi hanya dengan sekali klik mouse, sampai ke bagian manapun dari situs, dan menyesuaikan persyaratan, pengguna juga dapat menggunakan fitur seperti pelacakan pesanan untuk dilihat dimana pesanan mereka pada tahap tertentu.
- d. Jangkauan Universal: Seorang pelanggan di satu bagian dunia dapat memesan produk atau layanan dari bagian dunia lainnya yang sama sekali berbeda hanya dengan duduk di depan komputernya.

Karakteristik-karakteristik tersebut menjadi keunggulan dari bisnis online. Secara notabene bisnis ini memang lebih mudah untuk dijalankan meskipun dalam artian bahwa bisnis ini tidak memiliki kekurangan dan resiko dalam menjalankannya. Kajian ini telah dibahas pada satu bagian dalam BAB V. Oleh karena itu patut untuk dikenali karakteristik dari bisnis online yang menjadi ciri dan kekhususan dari bisnis ini.

Model Bisnis Online dan Jenis Bisnis Online

Untuk mengenal Model Bisnis yang dapat dipilih oleh seorang wirausaha internet, perlu difahami terlebih dahulu pengertian dari Model Bisnis.

Menurut Boerrigter (2008) Model bisnis adalah keseluruhan bagaimana perusahaan memilih pelanggannya, mendefinisikan dan membedakan penawarannya, mendefinisikan tugas yang akan dilakukan perusahaan sendiri dan bagaimana perusahaan melakukan outsourcing, mengkonfigurasi sumber dayanya, mengelola pasar, menciptakan utilitas untuk pelanggan, dan menangkap keuntungan. Model Bisnis adalah keseluruhan sistem untuk memberikan utilitas Pelanggan dan mendapatkan keuntungan dari aktivitas itu (Slywotzky, 1996). Model bisnis adalah alat konseptual yang berisi seperangkat elemen dan fungsinya, hubungan yang memungkinkan mengekspresikan logika bisnis dari perusahaan tertentu, deskripsi nilai yang ditawarkan perusahaan ke satu atau beberapa segmen pelanggan (Linder & Cantrell, 2000).

Dengan demikian Model Bisnis merupakan sebuah kerangka kerja (framework) dari perusahaan yang menggambarkan bagaimana posisi dari elemen-elemen kunci perusahaan.

Sebagai sebuah usaha maka Bisnis yang dilakukan melalui internet yang disebut Bisnis online atau *e commerce* memiliki model bisnis yang beragam. Menurut Serfiani (2013) saat ini setidaknya ada 4 (empat) model bisnis online yang paling banyak digunakan di Indonesia yaitu: Mal Online, Ritel Online, Iklan Baris dan Diskon Harian. Lebih lengkap dikemukakan:

- a. Mal Online atau pasar online adalah tempat berkumpulnya penjual dan pembeli dalam sebuah situs website. Jadi, Mal Online mirip dengan Pasar atau Mal di dunia nyata. Model Mal Online atau Market Place dapat ditemui pada situs bisnis online internasional seperti ebay atau Q10, sedangkan di Indonesia Mal Online contohnya adalah Tokopedia.com, Plasa.com, Blibli.com, Multiphy.com dan Alibaba.com. Situs-situs ini mendapatkan keuntungan dari biaya pemasangan produk (listing fee) dan biaya transaksi (transaction fee), penjual tetap membayar listing fee tidak peduli barang laku atau tidak.
- b. Ritel Online atau Toko Online adalah perusahaan penjualan eceran (ritel) yang menjual produk melalui jaringan internet. Perusahaan ini biasanya berasal dari perusahaan ritel yang telah sukses secara offline dan kemudian berekspansi mendirikan usaha didunia maya. Contohnya: Gramedia.com, Marthatilaar.com, Alfa Online dan sebagainya. Ritel online dapat pula berupa perusahaan yang sejak awal sudah menjadi

perusahaan yang fokus didunia maya seperti Amazone.com, Tiket.com dan Zalora.com.

- c. Iklan Baris/Classified Advertisement. Dalam model ini, penyedia situs hanya memberikan layanan iklan melalui website seperti iklan baris di Koran nyata (offline), jadi transaksi bisnis dalam model ini terjadi karena adanya iklan baris di webside. Iklan baris secara online hanya berfungsi sebagai media informasi dan bukan tempat untuk bertransaksi. Contohnya: Tokobagus.com, Berniaga.com, KasKus.co.id dan Rumah 123.com. Layaknya iklan baris disurat kabar, situs bisnis online atau e commerce hanya menjadi tempat pajangan aneka dagangan. Lantaran hanya berfungsi sebagai lapak maka transaksi yang terjadi tidak ada kaitan dengan iklan baris yang telah dikeluarkan.
- d. Diskon Harian/Daily Deal adalah model bisnis online yang menawarkan diskon setiap hari melalui situs internet. Model Bisnis online seperti ini menghuntungkan para pelanggan karena selalu ada program diskon dan penawaran menarik setiap hari. Layanan ini di Indonesia mulai masuk pada pertengahan 2010 dengan penawaran diskon yang menarik dari 10% sampai dengan 70% dari harga normal. Contoh situs dengan model ini adalah: Groupon, DealGoing.com, DealKEren, DISdus dan sebagainya.

Suhendra (2017) menyatakan terdapat 5 Model Bisnis Online yang paling populer saat ini, yaitu:

- a. Menjual produk atau jasa secara online merupakan model bisnis yang sudah dikenal luas oleh banyak kalangan. Model bisnis ini dijalankan dengan menjual barang dagangannya baik produk maupun jasa melalui online, seperti menggunakan media sosial populer saat ini (Instagram, Twitter, Facebook, BBM, WA, Path, dsb.).
- b. Menjadi Publisher Iklan. Model bisnis online ini sangat cocok dijalankan terutama bagi kita yang memiliki kegemaran menulis. Di bisnis ini kita tidak menyediakan produk atau jasa apapun untuk diperjual-belikan. Kita hanya menggunakan website/blog yang kita miliki untuk memasang iklan-iklan dari para pengiklan. Tetapi tentu kita harus memiliki website yang bisa mendatangkan banyak pengunjung untuk bisa bergabung dengan jaringan iklan populer seperti AdSense milik Google. AdSense merupakan jaringan iklan dengan sistem PPC atau *pay per click*, artinya setiap ada yang mengklik iklan di website/blog anda, maka *advertiser* akan membayar setiap kliknya. Bayaran setiap kliknya pun bervariasi mulai dari \$0,01 sampai \$5 bahkan bisa lebih. Wah sangat menggiurkan, bukan?

- c. Model Berlangganan. Hal yang membedakan model ini dengan bisnis model lainnya adalah sistem pembayarannya berlangganan, bisa perbulan atau pertahun. Jenis layanan berlangganan beragam bentuknya, biasanya berbentuk produk atau jasa. Seperti jurnal penelitian, majalah digital, software atau aplikasi dan berbagai bentuk produk atau jasa berbayar lainnya. Sasaran dari model bisnis ini pun beragam, mulai dari mahasiswa yang berlangganan jurnal akademisnya, anak-anak yang mengikuti kursus online, para pengusaha hingga para gamers dan user pengguna aplikasi lainnya. Model bisnis ini cocok untuk kita yang memiliki produk sendiri, seperti pembuat aplikasi, penyedia jasa pendidikan serta jasa konsultasi SEO misalnya.
- d. Model Affiliate Marketing/refferal.
- Model ini khusus dirancang bagi kita yang gemar mempromosikan produk orang lain dengan menggunakan website atau blog pribadi. Affiliate Marketing/CPA/Refferal adalah model bisnis yang tepat bagi para pemula karena kita hanya bertindak sebagai makelar. Salah satu keuntungan menjadi seorang Affiliate Marketing adalah kita bisa mendapatkan penghasilan dan kita tidak harus mempunyai produk atau jasa yang harus diperdagangkan. Selain itu, dengan menjalankan model bisnis ini kita tidak lagi dipusingkan

memikirkan laba dan modal untuk membuat suatu produk. Tugas kita hanya mempromosikan suatu produk dan kita akan mendapatkan presentase penghasilan setiap ada penjualan melalui link yang kita promosikan.

3. Model Start Up

Startup bila diterjemahkan kedalam bahasa Indonesia artinya usaha rintisan. Dalam dunia bisnis startup khusus disematkan untuk sebuah bisnis rintisan produk / jasa digital. Secara spesifik startup ini dimaksudkan untuk sebuah bisnis yang baru dirintis tetapi model, sistem dan prosesnya benar-benar baru, bisa dikatakan tidak ada bisnis yang semacam ini sebelumnya. Aplikasi Go-jek merupakan salah satu contoh dari model ini. Sebuah konsep bisnis online yang baru dengan pemikiran yang *out of the box* dan penuh inovasi. Sebenarnya model bisnis ini bisa dikatakan tidak membutuhkan modal besar tetapi sebagai konsekuensinya kita harus bisa mencari investor yang mau mendanai bisnis yang ingin kita rintis. Untuk mendapatkan investor kuncinya adalah berfikir secara “beda” atau *out of the box* dan tentu harus mampu dalam meyakinkan investor untuk mendanai startup kita. Selain Gojek, startup lainnya yang sukses dan banyak memberi manfaat bagi masyarakat adalah situs jual beli online, bukalapak.com dan tokopedia.com.

Jalozie (2015) melakukan penelitian dengan menganalisis 250 perusahaan yang berbisnis melalui internet untuk mengenal model transaksi bisnis mereka dengan lebih detail. Berdasarkan analisis peneliti merumuskan 15 kategori model bisnis yang berbeda setelah menganalisis dengan lebih menyeluruh situs web mereka dan kebijakan bisnis masing-masing. 15 model bisnis tersebut adalah:

1. Model E-retail
2. Model E-mall
3. Model E-shop
4. Model E-broker
5. Model Pedagang (Ritel)
6. Model Komunitas Virtual
7. Model Kesadaran Merek
8. Model Portal
9. Model pabrikan
10. Katalog model Grosir
11. Model langganan
12. Model Penyedia Jasa
13. Model infomediary
14. Model afiliasi
15. Model periklanan

Model Bisnis yang merupakan pilihan bentuk bisnis yang terbentuk berdasarkan kerangka kerja operasional sebuah usaha, hal ini disusun dan ditetapkan agar perusahaan

memiliki konsistensi yang jelas dalam menjalankan usaha. Model bisnis dipilih oleh Wirausaha internet agar dapat menjalankan usaha dengan konsisten dan menetapkan strategi usaha.

Terkait dengan Bisnis Online terdapat beberapa pertimbangan yang menjadi dasar penetapan Model Bisnis yang dikemukakan oleh Chaffey (2002) bahwa Model bisnis untuk e-commerce membutuhkan pertimbangan pasar dari beberapa hal yang berbeda Perspektif yaitu;

- a. Apakah organisasi beroperasi di arena B2B atau B2C, atau kombinasi?
- b. Bagaimana organisasi diposisikan dalam rantai nilai antara pelanggan dan pemasok?
- c. Apa proposisi nilai perusahaan dan untuk target pelanggan mana?
- d. Apa saja model pendapatan spesifik yang akan menghasilkan pendapatan yang berbeda aliran?
- e. Apa representasinya di dunia fisik dan maya, misal: online saja, offline sebagai perantara, atau campuran?

Menurut Osterwalder dan Pigneur (2002) model bisnis harus menangani permasalahan berikut ini:

- a. Inovasi produk. Inovasi produk dan proposisi nilai yang ditawarkan di pasar? Inovasi produk mencakup semua aspek dari apa yang ditawarkan perusahaan

pelanggan. Ini tidak hanya terdiri dari kumpulan produk dan Layanan namun cara membedakannya dari pesaingnya.

- b.** Hubungan pelanggan. Siapa target pelanggan, bagaimana cara mengirimkan produk, dan cara apa yang dilakukan untuk membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan?
- c.** Manajemen infrastruktur. Bagaimana infrastruktur atau logistik dilakukan secara efisien, dengan siapa, dan Jenis usaha online apa? Manajemen infrastrukturnya adalah bagaimana caranya sebuah organisasi menciptakan nilai dan mempertahankan hubungan dengan pelanggan.
- d.** Aspek keuangan. Bagaimana model pendapatan berdasarkan transaksi, langganan dan komisi iklan. Bagaimana model biaya seperti harga pokok penjualan, operasi. Biaya litbang, penjualan dan pemasaran, umum dan administrasi.

Kruger dan van der Beek (2004), mereka mengatakan bahwa ada dua kelompok. Model bisnis internet yang menjanjikan, yaitu:

- a. Model bisnis internet yang mengintegrasikan penciptaan, akuisisi, menambahkan nilai dan

distribusi konten digital dengan bantuan platform perangkat lunak.

- b. Model bisnis Internet yang berkonsentrasi pada apa yang paling dikuasai dan ketahui sebagai Kompetensi inti seseorang, dan yang menemukan mitra yang tepat untuk mendukung terlaksananya bisnis.

Lebih awal, di tahun 1998 diawal kemunculan bisnis melalui internet, Timmers (1998) mengidentifikasi 11 jenis model bisnis yang berbeda yang dapat difasilitasi oleh web dalam jaringan internet, yaitu:

- a. e-shop - pemasaran perusahaan atau toko via web
- b. e-procurement - tender elektronik dan pengadaan barang dan jasa
- c. e-mall - koleksi toko elektronik seperti Indigo Square ([Www.indigosquare.com](http://www.indigosquare.com))
- d. e-lelang - ini bisa berupa B2C, mis. EBay (www.ebay.com), atau didominasi B2B, mis. QXL (www.qxl.com)
- e. Komunitas virtual - Dapat menjadi komunitas B2C seperti iVillage (Www.ivillage.co.uk) atau komunitas B2B seperti jaring vertikal (Www.vertical.net)
- f. Platform kolaborasi - memungkinkan kolaborasi antara bisnis atau Individu, mis. E-group, sekarang menjadi bagian dari layanan Yahoo (www.yahoo.com)

- g. Integrasi rantai nilai - menawarkan berbagai layanan di seluruh rantai nilai
- h. Penyedia layanan rantai nilai - mengkhususkan diri dalam menyediakan fungsi untuk tujuan tertentu. Bagian dari rantai nilai, seperti perusahaan logistik UPS (www.ups.com)
- i. Broker informasi - memberikan informasi untuk konsumen dan bisnis, Sering membantu pembuatan keputusan pembelian atau untuk operasi bisnis atau Waktu luang
- j. Kepercayaan dan layanan lainnya - contoh layanan kepercayaan mencakup Belanja Internet Aman (ISIS) (www.imrg.org/isis) atau TRUSTe (www.truste.org)

Terkait dengan Konten kualitas layanan yang disediakan oleh organisasi perdagangan di web Chaffey (2002) menemukan model pendapatan online berdasarkan perspektif pendapatan yang didapat melalui bisnis internet yaitu;

- a. Pendapatan langsung dari penjualan produk atau jasa yang diperdagangkan
- b. Pendapatan dari penyewaan layanan
- c. Pendapatan dari penjualan berbasis komisi (affiliate, auction, marketplace)
- d. Iklan (iklan banner, sponsorship)
- e. Penjualan konten atau layanan sindikasi (untuk pemilik media)

Terkait pula dengan Model Bisnis online, Krisianto (2014:140) menyatakan bahwa terdapat 2 jenis Bisnis Online secara umum yakni jual beli dan periklanan. Jenis jual beli dapat dilakukan dengan melihat foto produk melalui website, bagi yang memiliki modal besar penjual dapat membuat toko online sendiri atau dengan biaya yang lebih murah dapat memanfaatkan website layanan jual beli dari pihak ketiga secara gratis. Untuk bisnis periklanan adalah bisnis pay per click (ppc). Melalui bisnis ini, pemilik website atau blog bias memperoleh penghasilan secara online. Iklan akan terpasang pada web/blog, jika ada pengunjung blog yang melakukan klik pada iklan maka pemilik blog akan mendapatkan penghasilan dengan beberapa catatan aturan yang harus dipatuhi. Bisnis pay per click diselenggarakan oleh perusahaan, dan yang paling populer adalah pay per click dari Google AdSense.

Diinternet terbuka banyak kesempatan untuk memperoleh kesempatan bisnis. Seorang wirausaha dapat memilih tipe bisnis yang paling sesuai dengan kemampuan dan sumber daya yang dimilikinya. Sanjaya dan Sanjaya (2009:49) mengemukakan berbagai jenis bisnis online yang dilakukan di Internet adalah sebagai berikut:

- a. Tipe Bisnis Retail atau Grosir

Tipe bisnis ini tergantung pada bagaimana pelaku bisnis memosisikan diri dalam rantai siklus produk yang di jual. Bisnis retail menjual barang0barang secara langsung ke konsumen, biasanya untuk kuantitas kecil. Penjualan secara grosir adalah menjual produk dalam jumlah besar, misalnya dari perusahaan ke importer atau menjualnya kepada retailer atau distributor lain.

- b. Tipe Bisnis Waralaba atau Bisnis Independen
Banyak perusahaan yang menawarkan kerjasama dalam waralaba (franchise) yang intinya perusahaan tersebut berusaha menduplikasikan dirinya menjadi perusahaan lain yang serupa. Pelaku bisnis membeli hak jual atas barang pada area khusus. Disamping diwajibkan membayar biaya franchise, pelaku bisnis juga diharuskan membayar biaya royalti dan mungkin juga ada biaya-biaya tambahan lainnya
- c. Tipe Bisnis Produk atau Jasa (atau gabungan keduanya)
Seorang professional seperti dokter gigi atau akuntan dapat menjalankan bisnis seputar profrsi yang mereka miliki dan menawarkan berbagai produk sesuai degan profesi yang mereka geluti.
- d. Tipe Bisnis berrdasarkan cara beroperasinya (menggunakan storefront dan non storefront)
Storefont merupakan suatu bentuk fisik took ritel yang dimiliki pelaku bisnis, atau sama sekali tanpa

storefont. Contohnya Bhinneka.com dan FastnCheap.com, keduanya merupakan toko online yang selain melayani secara online juga membuka storefont dengan mendirikan sebuah toko dan kantor secara fisik di Jakarta dan Surabaya.

Ruang Lingkup Bisnis Online

Bisnis Online (e commerce) dapat diterapkan di berbagai sektor bisnis seperti perdagangan pariwisata, perhubungan, perindustrian, pertanian, perkebuan, perikanan serta pertambangan dan energy. Perusahaan dapat memanfaatkan guna mempercepat perluasan pasar, kemajuan usaha dan memperkecil biaya pengadaaan usaha. Saat ini hamper semua perusahaan besar telah memanfaatkan internet dalam usahanya dengan memiliki situs website yang dapat meningkatkan citra perusahaan, komunikasi dengan pelanggan, mempromosikan dan memasarkan produk, merekrut karyawan dan lain-lain.

Menurut Serfiani (2013: 23) pada prinsipnya terdapat ruang lingkup bisnis online atau e commerce, yang terbagi menjadi 3 jenis berdasarka interaksi bisnis para pelakunya, yaitu:

a. **Bisnis ke Bisnis atau Business to Business (B to B)**

Dalam bisnis online Model B to B hubungan bisnis yang terjadi dilakukan antara perusahaan dengan perusahaan atau antara sesama pengusaha dengan pelaku bisnis online.

Bisnis online B to B memiliki karakteristik sebagai berikut:

- 1) Rekanan bisnis sudah diketahui dan umumnya memiliki hubungan bisnis yang cukup lama. Informasi hanya dipertukarkan dengan rekanan bisnis tersebut. Karena sudah mengenal lawan komunikasi maka jenis informasi yang dipertukarkan sesuai dengan kebutuhan dan kepercayaan.
 - 2) Pertukaran data (data exchange) berlangsung berulang-ulang dan secara berkala, misalnya setiap hari dengan format data yang sudah disepakati bersama
 - 3) Salah satu pelaku dapat melakukan inisiatif untuk mengirimkan data
 - 4) Model yang umum digunakan adalah peer to peer dan processing intelligence yang dapat didistribusikan di kedua pelaku bisnis
 - 5) Topik yang mungkin termasuk di dalam B to B adalah E-Procurement dan Enterprise Resource Planning (ERP)
- b. Bisnis ke Konsumen atau Business to Consumer (B to C)
- Pada Model B to C hubungan bisnis dilakukan antara perusahaan online (pengusaha/pelaku bisnis online) dengan para konsumen. Bisnis online B to C memiliki karakteristik sebagai berikut:
- 1) Terbuka untuk umum, atau informasi disebarkan kepa masyarakat umum

- 2) Servis yang diberikan bersifat umum dengan mekanisme yang dapat digunakan oleh khalayak ramai (berbasis web)
- 3) Service dilakukan berdasarkan permohonan/permintaan (on demand) dimana konsumen melakukan inisiatif dan produsen harus siap memberikan respon sesuai dengan permohonan konsumen
- 4) Pendekatan client/server sering digunakan dimana diambil asumsi klien (konsumen) menggunakan system yang minimal (berbasis web) dan penyedia barang/jasa (business procedure) berada pada pihak server

c. Konsumen ke Konsumen atau consumer to consumer (C to C)

Model C to C hubungan bisnis dilakukan antara pihak konsumen dengan sesama konsumen bisnis online.

Karakteristik Bisnis online berbentuk C to C adalah:

- 1) Transaksi dilakukan antara sesama konsumen bisnis online untuk memenuhi suatu kebutuhan tertentu dan pada saat tertentu
- 2) Bersifat lebih khusus karena transaksi dilakukan oleh konsumen ke konsumen yang memerlukan transaksi tertentu
- 3) Biasanya dilakukan dalam sebuah komunitas para pengguna atau penggemar produk tertentu yang dipasarkan melalui bisnis online

- 4) Ketidakpuasan consume terhadap suatu produk bisnis online dapat tersebar luas dalam waktu singkat melalui komunitas prara pengguna produk.
- 5) Pada model C to C ini penjual dan pembeli sama-sama individu/perorangan. Pada model ni hapir tidak ada biaya yang harus dikeluarkan oleh penjual karena penjual hanya memanfaatkan jeringan sosial dengan dukungan layanan internet seperti facebook, Twitter, Instagram, BlackBERRYMassager, WhatApp dan lain-lain.

Menurut Ariesta (2015) Jenis bisnis E-commerce yang berkembang dalam bisnis online adalah:

- a. Business to Business (B2B)

Jenis e-commerce Business to Business atau B2B adalah bisnis yang dilakukan oleh orang atau pihak yang saling memiliki kepentingan bisnis, atau bisa juga disebut bisnis antar perusahaan. Biasanya bisnis B2B dilakukan menggunakan EDI (Electronic Data Interchange) dan email yang berguna untuk pembelian barang dan jasa, informasi dan konsultasi, atau pengiriman dan permintaan proposal bisnis. EDI (Electronic Data Interchange) adalah proses transfer data yang terstruktur, dalam format standar yang disetujui, dari satu sistem komputer ke sistem komputer lainnya, dalam bentuk elektronik. Contoh website E-commerce B2B adalah : PT Krakatau Steel

(www.krakatausteel.com) PT Krakatau Steel adalah perusahaan baja terbesar di Indonesia, untuk melakukan pemesanan baja di Krakatau Steel setiap perusahaan harus mendaftarkan perusahaannya. Setelah terdaftar Perusahaan Mitra dapat memesan baja di Krakatau Steel dengan menggunakan EDI. Unilever (www.unilever.co.id/id/) Unilever adalah perusahaan penghasil produk Home and Personal Care serta Foods & Ice Cream di Indonesia. Unilever adalah salah satu customers dari PT. Electronic Data Interchange Indonesia.

b. Business to Consumers (B2C).

Business to Consumers (B2C) adalah jenis bisnis yang dilakukan antara pelaku bisnis dengan konsumen, seperti antara produsen yang menjual dan menawarkan produknya ke konsumen umum secara online. Disini pihak produsen akan melakukan bisnis dengan menjual dan memasarkan produknya ke konsumen tanpa adanya feedback dari konsumen untuk melakukan bisnis kembali kepada pihak produsen, yang artinya produsen hanya menjual atau memasarkan produk ataupun jasanya dan pihak konsumen hanya sebagai pemakai atau pembeli. Contoh dari Website E-Commerce B2C adalah: Giestore Aksesoris (Giestore.com), Giestore adalah sebuah toko online yang menjual berbagai jenis aksesoris, giestore.com termasuk kedalam jenis

website E-Commerce B2C karena Giestore adalah sebuah perusahaan yang menjual barang – barangnya kepada konsumen secara langsung. Asus Store (store.asus.com) Asus Store adalah sebuah website E-Commerce yang baru didirikan oleh Asus yang menjual smartphone buatan asus langsung kepada konsumen. Oleh karena itu asus store juga termasuk kedalam Website E-Commerce B2C.

c. Consumers to Consumers (C2C).

Consumers to Consumers dilakukan antara konsumen dengan konsumen, yaitu perorangan yang menjual barang atau jasanya melalui situs market place atau situs jual beli. Contoh Dari Website C2C adalah : Carmudi (carmudi.co.id) Carmudi.co.id adalah situs jual beli kendaraan yang memberikan penawaran terbaik dalam pasar mobil di Indonesia. Di carmudi.co.id pengunjung situs dapat mengiklankan mobil yang akan dijual ataupun jika ingin membeli mobil, pengunjung situs dapat mencari mobil mobil yang ditawarkan oleh pengunjung lain di carmudi.co.id. Puali.com, Sama halnya dengan carmudi.co.id, puali.com adalah sebuah situs jual beli. namun di puali.com pengunjung situs bisa mengiklankan lebih banyak jenis barang tidak seperti di carmudi.co.id yang hanya dikhususkan untuk jual beli kendaraan.

- d. Consumer to Bisnis (C2B). C2B (Consumer to Business) merupakan kebalikan dari Business to Consumer (B2C), dimana konsumen akhir bertindak sebagai penjual sedangkan perusahaan bertindak sebagai pembeli dan aktivitas ini dilakukan secara elektronik yang tentunya dengan menggunakan jaringan internet. Contoh C2B Yaitu : Google Play (<http://play.google.com/>) Google Play adalah layanan konten digital milik Google yang melingkupi toko untuk produk-produk seperti musik/lagu, buku, aplikasi, permainan. Para pengembang dapat mengupload produk – produk nya di google play. Produk yang telah di upload ke google play kemudian akan ditawarkan oleh google ke pengguna. Dengan kerjasama ini berarti pengembang bertindak sebagai consumer dan google sebagai business yang menampung produk- produk dari para pengembang.

Transaksi Pembayaran dalam Bisnis Online

Salah satu kunci keberhasilan dalam melaksanakan bisnis online adalah dukungan kemudahan yang diberikan oleh penjual kepada pembeli. Kemudahan dalam proses pembayaran, proses pengiriman, ketersediaan barang, kualitas barang yang diperdagangkan serta kepedulian terhadap hak konsumen juga

menjadi hal yang penting untuk menjamin kesuksesan dalam bisnis online.

Berbicara tentang pembayaran, hal ini adalah salah satu faktor utama yang menjadi motivasi terjadinya proses jual beli. Tidak jarang kegagalan dalam transaksi terjadi karena pembeli mengalami kesulitan dalam melakukan proses pembayaran dan seolah-olah merasa diepotkan dengan system pembayaran. Maka hal ini patut menjadi perhatian oleh pelaku bisnis online.

Keistimewaan dari bisnis di dunia nyata dipandang dari kemudahan dalam melakukan pembayaran. Maka kemudian berkembang suatu cara pembayaran cash on delivery (COD) hal ini untuk menjamin kepercayaan dan kemudian dalam keluasaannya bertransaksi di dunia maya. Terdapat banyak cara dalam melaksanakan transaksi online, masing-masing cara memiliki kelebihan dan kekurangan.



Gambar 25: Pembayaran Belanja Melalui Internet
(Sumber: www.istockphoto.com.2017)

Berikut uraian keunggulan dan kekurangan yang dimiliki dari cara pembayaran transaksi online yang dikemukakan oleh Serfiani (2013):

a. Pembayaran Melalui E-Payment

Transaksi pembayaran online menggunakan jasa perbankan atau yang lazim disebut electronic payment (e-payment atau e pay) saat ini mulai banyak digunakan dalam pembayaran bisnis online. E payment merupakan salah satu bentuk internet banking yang biasa dimanfaatkan nasabah bank sehingga menjadi alternatif pembayaran

selain cara konvensional seperti transfer uang melalui petugas teller dan transfer melalui mesin ATM. Beberapa bank yang menawarkan fasilitas transaksi pembayaran online menggunakan e payment yakni Bank Mandiri, BRI, BCA, BNI dan CIMB Niaga. Masing-masing bank memberikan beragam penawaran promo dan diskon untuk setiap penggunaan system pembayaran online mereka di sejumlah situs toko online (onlineshop) yang telah bekerjasama dengan pihak bank dengan tujuan menarik sebanyak mungkin pengguna e-payment. Nasabah yang ingin menggunakan fasilitas e payment harus terlebih dahulu mendaftar pada bank penerbit yang memiliki fasilitas internet banking seperti kelima bank yang disebutkan.

b. Pembayaran Maya (Virtual Payment)

Pembayaran Maya atau Virtual Payment adalah cara pembayaran dalam bisnis online dan transaksi elektronik di dunia maya (virtual) yang berfungsi menggantikan peran mata uang konvensional. Nilai virtual payment ada yang didasarkan pada nilai mata uang konvensional berskala global seperti dollar AS, Euro atau Poundsterling ada pula yang didasarkan pada nilai logam mulia seperti emas dan perak. Virtual Payment sering juga disebut dengan istilah uang elektronik (e-currency) mata uang digital (digital currency) alat pembayaran tunai secara elektronik (elektronik cash) dan proseseo pembayaran (payment processor). Penerbit dari Virtual Payment kebanyakan

berasal dari luar negeri, misalnya PayPal, Alertpay, VirtaPay, WebMonay, Skrill (Money Brokers), Liberty Reserve dan E Gold. Namun ada pula yang berasal dari Indonesia seperti Ipaymu dan Doku Wallet.

c. Pembayaran Secara Tunai

Pembayaran secara tunai masih sering digunakan dalam transaksi online. Cara pembayaran tunai biasanya dipakai para pengguna yang membeli produk melalui situs bisnis online yang menerapkan iklan baris seperti Tokobagus.com (OLX). Cara pembayaran tunai juga diterapkan pada layanan penjualan online yang menggunakan system pembayaran tunai setelah barang diterima (cash on delivery).

d. Pembayaran dengan Cek & BG

Transaksi pembayaran dengan menggunakan Cek dan Bilyet Giro (BG). Penjual dapat meminta memakai uang giral seperti cek dan bilyet giro (BG). Penjual dapat menerima pihak pembeli untuk membayar menggunakan Cek atau BG asalkan kedua surat berharga tersebut sudah terbukti bisa dicairkan. Setelah Cek atau BG tersebut dicairkan pihak penjual dapat mengirimkan barang kepada pembeli. Penggunaan cek dan BG cocok digunakan untuk transaksi dalam jumlah yang besar, karna dapat menghindari resiko uang hilang, uang rusak, salah hitung atau uang palsu.

- e. **Pembayaran Melalui Phone Banking**
Perbankan menyediakan fasilitas pembayaran melalui telepon selular atau phone banking. Nasabah yang ingin melakukan pembayaran bisnis online dapat memanfaatkan pembayaran phone banking untuk melakukan transfer dana. Prinsip kerja phone banking sejatinya mirip dengan petugas teller atau mesin ATM, dimana nasabah bisa mengirim dana ke rekening pihak lain dengan lebih cepat dan lebih mudah. Untuk dapat memanfaatkan phone banking seseorang harus terlebih dahulu menjadi nasabah pada suatu bank yang menyediakan layanan phone banking.

- f. **Pembayaran Melalui Internet Banking**
Nasabah penabung di bank selain dapat menikmati layanan phone banking juga dapat menikmati layanan internet banking. Perbankan via internet atau (internet banking) adalah fasilitas yang diberikan perbankan kepada nasabah yang memiliki deposit di bank untuk melakukan aktivitas transaksi melalui jaringan internet. Dengan bekal computer dan koneksi internet.

- g. **Pembayaran Melalui Transfer Dana**
Pengiriman uang melalui perusahaan bukan bank biasa dilakukan dalam transaksi business online (e commerce)

misalnya: Western Union, Money Gram, atau Wesel Pos. Transefer dana melalui perbankan dapat dilakukan melalui mesin ATM. Saat ini pengiriman dana melalui ATM jauh lebih mudah, lebih cepat dan lebih murah sejak ditandatanganinya kerjasama antara tiga penyedia layanan jaringan ATM Mandiri, ATM Pima dan ATM sejak Mei 2013.

h. Pemabayaran Melalui Kartu ATM

Pembayaran melalui Kartu ATM adalah salah satu Alat Pembayaran Menggunakan Kartu (APMK) selain dari Kartu Debit dan Kartu Kredit. Pelaku bisnis online dapat menerima pembayaran melalui transfer dana yang dilakukan pembeli melalui mesin ATM. Kartu ATM kemudian pada perkembangannya saat ini berfungsi sebagai kartu debit yang dapat digunakan untuk membayar transaksi lain seperti membayar pulsa telepon, membayar listrik dan membayar barang/jasa.

i. Pembayaran Melalui Kartu Debit

Kartu Debit adalah APMK yang dapat digunakan untuk pемayaran seperti kartu Kredit. Bedanya, pembayaran yang dilakukan dengan kartu Debit akan otomatis mengurangi jumlah saldo yang ada direkening nasabah, jadi dalam hal ini tidak ada fasilitas hutang. Mekanisme penggunaan kartu debit juga membutuhkan proses otorisasi ditambah dengan penggunaan PIN (Personal Identification Number) oleh pemegang kartu.

- j. **Pembayaran Melalui Kartu Kredit**
APMK lainnya adalah kartu kredit dilakukan sebagai alat transaksi belanja online dilakukan sebagai fasilitas penyediaan hutang (kredit) dari perbankan kepada pemegang kartu dengan batas waktu pembayaran dan bunga yang dibebankan kepada pemegang kartu berdasarkan jumlah transaksi yang dilakukan.

- k. **Pembayaran dengan Uang Elektronik.** Kartu kredit adalah APMK yang dapat digunakan untuk melakukan pembayaran atas kewajiban yang timbul dari suatu kegiatan ekonomi, termasuk pembayaran transaksi pembelajaran atau melakukan penarikan tunai, dimana kewajiban pembayaran pemegang kartu dipenuhi terlebih dahulu oleh Acquirer atau penerbit kartu, dan pemegang kartu berkewajiban untuk melakukan pembayaran pada waktu yang disepakati baik dengan pelunasan secara sekaligus (charge card) ataupun pembayaran dengan mencicil.

Sanjaya dan Sanjaya (2009) mengemukakan proses transaksi pembayaran dalam bisnis online menggunakan sistem Payment Gateway adalah sebagai berikut:

- a. Konsumen meletakkan barang belanjanya dengan memilih item-item dari situs yang memasukkannya ke troli belanja. Ketika konsumen melakukan request, maka penjual akan melakukan replay berdasarkan total barang yang

dipesan, harga, jumlah total tagihan dan mungkin nomor urutan transaksi.

- b. Konsumen mengirimkan pemesanan barang termasuk didalamnya melengkapi data pembayaran, informasi pembayaran ini akan terenkripsi menggunakan informasi pipeline SSL yang terpasang antara browser web konsumen dan sertifikat SSL web penjual
- c. Selanjutnya, situs e commerce akan melakukan request otorisasi pembayaran dari payment gateway. Payment gateway meneruskan memintanya kepada bank dan pengolah pembayaran
- d. Penjual mengkonfirmasi order dan segera mengirimkan barang dan jasa yang dibeli kepada konsumen
- e. Penjual melakukan request pembayaran, mengirimkan request pembayaran kepayment gateway yang menangani proses pembayaran menggunakan prosesor
- f. Transaksi disetel atau diteruskan oleh bank untuk segera mendeposit saldo rekening penjual ke bank.

Selain dengan menggunakan payment gateway masih banyak lagi cara pembayaran yang dapat dilakukan dalam melaksanakan bisnis online. Namun seiring dengan kecanggihan teknologi, cara pembayaran menjadi semakin mempermudah transaksi dalam bisnis online. Namun keterbatasan pembeli dalam menggunakan teknologi tidak jarang mengurungkan niat para pembeli untuk melakukan transaksi secara online. Oleh karena itu penyelenggara bisnis online harus memiliki banyak

alternative pembayaran untuk mempermudah pembeli dalam melakukan transaksi. Seperti yang dinyatakan Mangkulo (2009) setelah mengatur cara untuk melakukan pemesanan atau order barang, seorang penjual dalam bisnis online dapat menyediakan alternative pembayaran untuk memudahkan pelanggan, pembayaran yang paling sering dilakukan adalah dengan menggunakan transfer dana baik melalui ATM ataupun melalui phone banking.

Khusus transaksi online yang dilakukan melalui situs eBay.com, terdapat cara pembayaran khusus yaitu dengan menggunakan PayPal. Tim Exlpore (2014) menyatakan bahwa Agar transaksi di eBay dapat berlangsung dengan cepat dan mudah serta aman, maka pelaku bisnis dapa menggunakan PayPal sebagai alat transaksi utama. PayPal tidak hanya digunakan die bay, mengingat sebagian besar pembayaran online saat ini juga banyak menggunakan PayPal. Memiliki rekening di PayPal adalah keharusan bagi mereka yang serius berbisnis online, apalagi eBay karena rekening ini akan digunakan untuk membeli barang dan menerima pembayaran.

PayPal adalah virtualpayment yang saat ini banyak digunakan untuk melakukan transaksi keunagan melalui internet. PayPal berperan sebagai media pembayaran antara pembeli dan pengirim.

Merencanakan Bisnis Online

Pada dasarnya materi merencanakan bisnis secara konvensional telah dibahas dalam Manajemen Perencanaan Usaha pada BAB sebelumnya. Namun terdapat beberapa kajian khusus dalam mensukseskan bisnis online yang tentu saja terkait dengan bagaimana sebuah bisnis online direncanakan.

Prospek bisnis online di Indonesia pada saat ini sangat cerah hal ini dikarenakan adanya dukungan kemajuan teknologi dan peningkatan status ekonomi nasional, banyaknya penduduk kelas menengah, besarnya kalkulasi pengguna internet ditengah air, pemakaian ponsel pintar (smartphone) yang kian bertambah, dan penggunaan fasilitas jaringan internet yang semakin hari semakin mudah mudah dan cepat.

Namun untuk dapat melaksanakan bisnis online khususnya di Indonesia terdapat beberapa cara yang secara praktis harus diperhatikan pelaku bisnis online. Meskipun pada prinsipnya teori tentang keunggulan dalam berbisnis online disebutkan bahwa bisnis online dapat dilaksanakan dengan mudah dan murah karena hanya perlu modal berupa komputr dan akses internet, namun pandangan ini jika tidak ditelaah secara cerdas dapat menyesatkan para pelaku bisnis online. Bisnis online dilakukan bukan berarti tanpa modal sama sekali, namun setidaknya dalam memula bisnis ini tetap membutuhkan modal awal seperti perangkat computer, telepon selular dan jaringan internet. Tidak hanya itu secara etika pelaku bisnis online harus

memiliki karakter kejujuran/kredibilitas serta produk atau layanan jasa yang berkualitas.

Serfiani (2013) mengemukakan terdapat beberapa kajian yang harus diperhatikan oleh pemula bisnis online dalam merencanakan bisnisnya:

1. Niat dan Profesionalitas

Bisnis online biasanya dilakukan oleh beberapa orang yang memiliki kesamaan hobi atau gagasan untuk melakukan kegiatan bisnis secara online agar bisa menghasilkan keuntungan. Satu hal yang penting dalam menjaga eksistensi mereka dalam usaha adalah dengan niat yang jujur dan sikap profesional untuk melaksanakan bisnis dengan cara selalu berkomitmen memperbaharui situs mengembangkan kuantitas dan kualitas produk dan layanan menjadi kepercayaan konsumen dan melayani konsumen dengan sebaik-baiknya. Kesuksesan bisnis online bergantung kepada nama baik, yang tidak hanya diperoleh dari iklan namun juga dipertahankan melalui pelayanan dan kepuasan yang diberikan kepada pelanggan.

2. Berbisnis Sesuai dengan Hobi dan Kemampuan

Berbisnis online sebaiknya disesuaikan dengan hobi dan kemampuan pribadi. Agar tidak ada rasa lelah dan putus asa

apabila jenis usaha yang dipilih sesuai dengan hobi dan kemampuan diri. Berbisnis Online juga bisa dilakukan pelaku UKM, peluang mengajak UKM untuk terjun kebisnis online masih terbuka lebar dan mampu mendatangkan keuntungan. Jumlah UKM di Indonesia lebih besar dari jumlah perusahaan besar. Masyarakat tidak selalu ingin memberi barang bermerek, dan masih banyak berminat membeli barang berkualitas meskipun tanpa merek.

Berbisnis sesuai dengan hobi dan kemampuan tidak hanya menjual barang, namun layanan jasa seperti Trias Nuriarta seorang make-up artis yang menawarkan jasanya lewat online di situs www.triasnuarta.com, Trias mengakui bahwa 80% penjualan berasal dari konsumen yang bertransaksi melalui online.

- a. Menyesuaikan Jenis usaha dengan Keterbatasan Modal
Berbisnis online bukan berarti tidak sama sekali tidak membutuhkan modal, pebisnis online tetap membutuhkan modal awal seperti komputer, telepon selular dan jaringan internet. Namun dalam bisnis online seorang pebisnis tidak harus memiliki tempat yang disewa untuk usaha, meski demikian tetap harus menggunakan kemampuan manajerial dan fokus bisnis, pebisnis juga harus bijak dalam menyikapi dan menyalasi keterbatasan modal awal. Pada dasarnya ada 2 cara memulai bisnis online yaitu menjual produk sendiri dan menjual produk orang lain.

b. Memilih saluran Pemasaran yang Efektif

Cara menjual dalam bisnis online sangat beragam, seorang pelaku bisnis online harus menyesuaikan dengan kemampuan diri dan keterbatasan modal. Sebagai penjual (seller) harus cerdas memilih saluran penjualan yang efisien dan efektif guna menunjang keberhasilan dalam bisnis online. Penjualan dalam bisnis online pada umumnya dapat disalurkan dalam 6 model:

- 1) Mal Online/Online Mall/Market Place
- 2) Ritel Online/Toko Online/Online Retail
- 3) Iklan Baris (Classified Advertisement)
- 4) Diskon Harian/Daily Deal
- 5) Media Sosial/Social media
- 6) Situs/Website Pribasi

c. Menyimpan Data dalam Sever

Bagi yang ingin memiliki website sendiri, baik yang dipesan melalui web designer atau membuat sendiri harus memiliki server. Server adalah pusat penyimpanan data yang ditampilkan di website agar data tersebut tidak hilang. Jadi, server bisa diibaratkan “gudang”. Server bisa didapatkan dengan membeli server fisik maupun menyewa.

d. Memiliki Perlengkapan teknologi dan Akses Internet yang Memadai

Bisnis online menuntut pebisnis untuk selalu terkoneksi dengan jaringan internet. Pemula bisnis sebaiknya

melakukan segala seusatunya sendiri. Partikan memiliki kemampuand alam mengakses eknologidan memiliki fasilitas standar dalam operasional bisnis online.

- e. Menggunakan Metoda Pembayaran yang aman dan terjangkau

Pada umumnya terdapat 4 cara pembayaran dalam transaksi online yakni:

- 1) Tranfer lewar Mesin TM atau petugas teller Bank
- 2) Pembayaran dengan kartu kredit
- 3) Pembayaran lewat pihak ketiga
- 4) Pembayaran tunai (cash on delivery)

- f. Menggunakan Jasa Ekspedisi Profesional

Hal lain yang tidak kalah penting adalah memutuskan penyedia jasa pengiriman apa yang akan digunakan, Ada dua jenis pengiriman yakni pengiriman barang dan jasa kargo untuk barang yang dengan berat 1kg-10kg, dan pengiriman barang dibawah 1kg dapat menggunakan jasa pengiriman barang biasa seperti JNE, Pos Indoneisa dan ESL.

Saat seseorang mulai berfikir menjalankan bisnis online melalui sebuah web site sendiri, maka harus mengikuti serangkaian tahap-tahap perancangan untuk memastikan keberhasilan situs dalam memfasilitasi bisnis online yang dilakukan. Sanjaya dan Sanjaya (2013) menyatakan hal yang

perlu dilakukan oleh seorang pelaku bisnis online dalam merencanakan bisnisnya. Menetapkan tujuan mendesain web. Tujuan dirancangnya proyek pengembangan web adalah untuk memfasilitasi komunikasi antara user/pembaca dengan materi atau informasi yang ingin disampaikan melalui halaman web. Tujuan para pengguna internet menggunakan atau memanfaatkan media internet untuk mengunjungi web adalah untuk:

- 1) Menjelajahi halaman untuk mencari petunjuk, jarang sekali untuk membacanya
- 2) Membuat keputusan singkat dari situs yang ada di web, tidak untuk melakukan penilaian khusus
- 3) Melihat sekilas dan sering hanya bermaksud mengambil sebagian materi dalam situs.

Karena alasan di atas maka seorang pendesain proyek web professional perlu memiliki kemampuan khusus agar mampu menjadi penengah antara pengguna dan pemilik situs:

- 1) Memberikan manfaat terbaik untuk menjembatani tujuan user/pengunjung dan pemilik situs sehingga maksud keduanya tercapai
- 2) Saat mendesain web, desainer haruslah memiliki tujuan yang jelas dan memiliki mental disiplin untuk mencapai hasil yang optimal dan mempertahankannya
- 3) Harus mampu melakukan penyederhanaan jika dimungkinkan. Ketika merancang sebuah web e

commerce dilakukan dan ditemukan adanya kompleksitas tambahan namun tidak bernilai, desainer harus mengubahnya

Sebuah web merupakan sebuah toko bagi pelaku bisnis online oleh karena itu perncangan dan perencanaan pengembangan sebuah web site harus dilakukan dengan mendiskusikan dengan professional yang berpengalaman dalam pengembangan web untuk sebuah kegiatan e commerce.

Web juga bermanfaat untuk melakukan ekspansi bisnis, dari offline ke online. Perusahaan yang awalnya didunia nyata dan melaksanakan kegiatan jual beli dapat mengembangkan sebuah web untuk meningkatkan kemampuan usaha secara ekonomis. Dunia internet menawarkan berjuta keuntungan untuk dunia bisnis, terutama bisnis yang berskala micro dan kecil.

Ekspansi bisnis offline menuju online dengan memanfaatkan sebuah web site memiliki keuntungan diantaranya (Sanjaya dan Sanjaya: 2013)

- a. Memperluas peluang usaha
- b. Mengizinkan komunikasi sesegera mungkin dengan audien, prospek, konsumen tanpa menunggu dan batas waktu
- c. Mengurangi waktu dalam memasarkan produk-produk baru

- d. Menyediakan akses global, membuka pintu untuk mengembangkan pasar
- e. Menawarkan kemampuan untuk menaakan barang-barang sesuai kebutuhan konsumen
- f. Melayani secara live bsnis selama 24 jam sehari dan 7 hari dalam seminggu
- g. Menyediakan chanel distribusi produk baru yang lebih singkat daripada jalur distribusi pasar secara konvensional
- h. Memperbolehkan pengguna internet untuk membrowse, review dan kemudian membeli produk
- i. Memperbolehkan materi marketing dan harga produk secara instan dan berkesinambungan di updates tanpa memerlukan biaya tambahan
- j. Mendidik konsumen potensial tentang bisnis yang dijalankan pemilik web

Berdasarkan pengalaman para pebisnis online dapat dikemukakan hal-hal yang dapat membuat seorang wirausaha internet berhasil dalam persaingan bisnis online, beberapa hal tersebut adalah:

- a. Sebuah situs e commerce yang dimiliki wirausaha internet dapat sukses dengan memiliki nama domain yang tepat. Memiliki nama domain sendiri akan membuat wirausaha internet mendapatkan keuntungan, diantaranya dengan mendaftarkan nama domain khusus atas perusahaan akan memungkinkan tidak akan ada nama perusahaan lain yang memiliki domain yang sama.

- b. Mendaftarkan situs untuk membangun sebuah storefront di internet agar konsumen mudah menemukannya di internet. Agar dapat menjadi pemain jitu di internet, pastikan keberadaan situs pada posisi teratas dalam pencarian sebuah search engine dan direktori. Link situs ke pada situs lain yang relevan, melakukan diskusi online dengan aktif untuk membangun kredibilitas.
- c. Jika telah mendapatkan pelanggan yang membuka web site, maka bangun komunikasi interaktif.
- d. Tetap menjaga kekinian dari konten yang disajikan.
- e. Bangun brand image usaha
- f. Melayani pelanggan dengan tanggapan yang sesegera mungkin melalui komunikasi yang terjalin di web
- g. Memahami prospek bisnis dimasa yang akan datang dan selalu berfikir kedepan.

Perlindungan Konsumen Bisnis Online

Masyarakat yang menjadi konsumen dalam bisnis online harus mendapat perlindungan hukum agar terhindar dari produk-produk yang tidak bermutu dan tidak memenuhi standar yang ditetapkan oleh pemerintah, seperti produk yang mengandung bahan berbahaya, tidak terdaftar di BPOM atau produk yang tidak halal. Serfiani (2013) menyatakan bahwa Konsumen berhak mendapatkan perlindungan atas penipuan yang banyak dan marak terjadi dalam bisnis online dan transaksi elektronik. Dalam penanganan tindak pidana penipuan akibat kerugian

yang terjadi dalam bertransaksi melalui online, pihak konsumen dapat melakukan pelaporan kepada kepolisian. Sedangkan dalam penyelesaian sengketa konsumen dengan pelaku usaha, pihak konsumen dapat menyelesaikan melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK).

Kegiatan dalam lalu lintas bisnis online dan transaksi elektronik juga terkait dengan UU nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Mantri (2007) menyatakan bahwa UUPK belum dapat melindungi konsumen dalam transaksi e commerce karena keterbatasan pengertian pelaku usaha yang hanya khusus berada di wilayah NKRI dan keterbatasan hak-hak konsumen yang diatur dalam UUPK. Perlindungan hukum terhadap konsumen yang seharusnya diatur meliputi perlindungan hukum dari sisi pelaku usaha, konsumen, produk dan transaksi. Permasalahan yang timbul mencakup permasalahan yuridis seperti kebasahan perjanjian menurut KUHP, penyelesaian sengketa transaksi e commerce, UUPK yang tidak akomodatif dan tidak adanya lembaga penjamin toko online, persoalan non yuridis meliputi keamanan bertransaksi serta tidak pahamnya konsumen dalam bertransaksi secara online.

PP 82/2012 mengatur tentang aspek perlindungan konsumen dalam bisnis online dan transaksi elektronik tentang penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (PSTE), pasal 49 yang menyatakan bahwa:

- 1) Pelaku usaha yang menawarkan produk melalui system elektronik wajib menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak, produsen dan produk yang ditawarkan
- 2) Pelaku usaha wajib memberikan penjelasan informasi tentang penawaran kontrak atau iklan
- 3) Pelaku usaha wajib memberi batas waktu kepada konsumen untuk mengembalikan barang yang dikirim apabila tidak sesuai dengan perjanjian atau terdapat cacat tersembunyi
- 4) Pelaku usaha wajib menyampaikan informasi mengenai barang yang telah dikirim
- 5) Pelaku usaha tidak dapat membebani konsumen mengenai kewajiban membayar barang yang dikirim tanpa dasar kontrak.

Dalam penyelenggaraan bisnis online atau e commerce diperlukan 4 aspek keamanan yaitu:

- a. Authentication (pembuktian keaslian)
- b. Integrity (Kejujuran)
- c. Non repudation (tidak dapat disangkal)
- d. Confidentiality (kerahasiaan/pertukaran informasi sesuai kelayakan penerima)

Rancangan Peraturan Pemerintah (RPP) mengenai Perdagangan secara elektronik (E-commerce) disusun untuk mengatur bentuk pengungkapan informasi online sebagai

salah satu bentuk tindakan perlindungan kepada konsumen dengan menitikberatkan pada pengungkapan informasi mengenai:

- 1) Pengungkapan informasi mengenai bisnis, meliputi: legalitas dan identitas bisnis, domisili, alamat email atau kontrak elektronik lainnya. Nomor telepon, alamat registrasi, lisensi dan sertifikasi terkait yang dikeluarkan oleh otoritas berwenang (misal: dokumen izin ekspor bagi pelaku usaha yang memiliki cakupan perdagangan cross border)
- 2) Informasi mengenai barang dan jasa, meliputi aksesabilitas konsumen untuk mengunduh representasi barang yang dikirim tidak sesuai dengan representasi yang telah diunduh (di download)
- 3) Informasi mengenai transaksi meliputi keharusan pelaku usaha e commerce untuk merinci secara jelas dan rinci terkait dengan syarat dan ketentuan transaksi termasuk seluruh biaya yang harus dikeluarkan oleh konsumen.

RPP Perdagangan secara elektronik juga mengatur perlindungan hukum bagi pelaku bisnis selaku penyelenggara perdagangan secara elektronik. Perlindungan bagi pelaku penyelenggara perdagangan secara elektronik lain berupa verifikasi identitas pelanggan. Untuk memastikan perlindungan bagi pelaku usaha perlu ada suatu mekanisme yang memastikan kebenaran identitas pelanggan. Hal ini sebenarnya dapat diselesaikan dengan adanya Single Identity

Number (SIN) atau Nomor Induk Kependudukan (NIK) yang bersifat tunggal sebagaimana yang saat ini masih dikembangkan oleh Kementerian Dalam Negeri dalam pembuatan KTP Elektronik.

Guna menjamin adanya perlindungan hukum yang maksimal terhadap konsumen di Indonesia termasuk konsumen bisnis online, Pemerintah membentuk Badan Pengawasan Obat dan Makanan (BPOM) serta Badan Standarisasi Nasional (BSN) yang merupakan dua lembaga pemerintah non departemen yang berada dibawah presiden dan bertanggungjawab secara langsung kepada presiden. BPOM bertugas mengawasi dan menerapkan standarisasi produk obat dan makanan (termasuk minuman, obat/jamu tradisional, kosmetika, suplemen kesehatan dan NAPZA/narkotika, psikotropika, zat adiktif). Sedangkan BSN bertugas melakukan standarisasi produk secara umum agar sesuai Standar Nasional Indonesia (SNI). Produk yang dijual di masyarakat termasuk yang dijual dalam bisnis online harus mematuhi aturan BPOM dan harus memenuhi standar SNI.

Untuk menjamin segala transaksi baik online maupun offline dapat sesuai dengan peraturan perundangan dan menjamin perlindungan hak konsumen maupun penjual maka sesuai dengan UU nomor 8 tahun 1999 tentang Pelindungan Konsumen menyatakan tentang hak dan kewajiban Konsumen dan Pelaku Usaha sebagai berikut:

Hak dan Kewajiban Konsumen dalam Pasal 4, sebagai berikut;

Hak Konsumen

- a. Hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa
- b. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan
- c. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
- d. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
- e. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
- f. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
- g. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- h. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
- i. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundangundangan lainnya;

Kewajiban konsumen

- a. Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan;
- b. Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa;
- c. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati;
- d. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.
- e. Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
- f. Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan;
- g. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- h. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Hak dan Kewajiban Pelaku Bisnis diatur dalam Pasal 5, sebagai berikut:

Hak pelaku usaha adalah :

- a. Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- b. Hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik;
- c. Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;
- d. Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- e. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya

Kewajiban pelaku usaha adalah

- a. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
- b. Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan;
- c. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- d. Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
- e. Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta

memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan;

- f. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- g. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian

Perlindungan HAKI dan Hak Pribadi

Hak Atas Kekayaan Intelektual merupakan hak yang diberikan kepada orang-orang atas hasil dari buah pikiran mereka. Biasanya hak eksklusif tersebut diberikan atas penggunaan dari hasil buah pikiran si pencipta dalam kurun waktu tertentu. HAKI adalah hak yang berasal dari hasil kegiatan kreatif suatu kemampuan daya pikir manusia yang diekspresikan kepada khalayak umum dalam berbagai bentuknya, yang memiliki manfaat serta berguna dalam menunjang kehidupan manusia, juga mempunyai nilai ekonomis. Keterkaitan antara pelaksanaan bisnis online dan transaksi elektronik dengan Hak atas Kekayaan intelektual.

Dasar hukum mengenai HAKI di Indonesia diatur dengan undang-undang Hak Cipta no.19 tahun 2003, undang-undang Hak Cipta ini melindungi antara lain atas hak cipta program atau piranti lunak komputer, buku pedoman penggunaan

program atau piranti lunak computer dan buku-buku (sejenis) lainnya.

Ihsanulriyad (2015) menyatakan terdapat 4 jenis utama dari HAKI (hak atas kekayaan intelektual), yaitu:

- 1) Hak Cipta (Copyright) Hak cipta adalah hak dari pembuat sebuah ciptaan terhadap ciptaannya dan salinannya. Pembuat sebuah ciptaan memiliki hak penuh terhadap ciptaannya tersebut serta salinan dari ciptaannya tersebut. Hak-hak tersebut misalnya adalah hak-hak untuk membuat salinan dari ciptaannya tersebut, hak untuk membuat produk derivatif, dan hak-hak untuk menyerahkan hak-hak tersebut ke pihak lain. Hak cipta berlaku seketika setelah ciptaan tersebut dibuat. Hak cipta tidak perlu didaftarkan terlebih dahulu.
- 2) Paten (Patent). Berbeda dengan hak cipta yang melindungi sebuah karya, paten melindungi sebuah ide, bukan ekspresi dari ide tersebut. Pada hak cipta, seseorang lain berhak membuat karya lain yang fungsinya sama asalkan tidak dibuat berdasarkan karya orang lain yang memiliki hak cipta. Sedangkan pada paten, seseorang tidak berhak untuk membuat sebuah karya yang cara bekerjanya sama dengan sebuah ide yang dipatenkan.
- 3) Merk Dagang (Trademark). Merk dagang digunakan oleh pebisnis untuk mengidentifikasi sebuah produk atau layanan. Merk dagang meliputi nama produk atau layanan,

beserta logo, simbol, gambar yang menyertai produk atau layanan tersebut.

- 4) Rahasia Dagang (Trade Secret). Berbeda dari jenis HAKI lainnya, rahasia dagang tidak dipublikasikan ke publik. Sesuai namanya, rahasia dagang bersifat rahasia. Rahasia dagang dilindungi selama informasi tersebut tidak 'dibocorkan' oleh pemilik rahasia dagang.

Kegiatan bisnis online dan transaksi elektronik seringkali berkaitan dengan penggunaan Hak Atas Kekayaan Intelektual (HAKI) atau Intellectual Property Right (IPR). Sebagai contoh: dalam penggunaan nama Domain berlaku prinsip "pendaftar pertama" (first to file) yang artinya siapa yang mendaftarkan terlebih dahulu akan mendapatkan hak untuk menggunakan nama domain tersebut. Prinsip semacam ini mirip dengan prinsip pemberian HAKI berbentuk hak merek dan hak paten, bedanya prinsip pendaftaran pertama dalam pemberian hak merek dan paten memerlukan adanya pemeriksaan substantif sedangkan prinsip pendaftaran pertama dalam penggunaan nama domain tidak perlu pemeriksaan substantif (Serfiani, 2013).

Keterkaitan bisnis online dan transaksi elektronik dengan HAKI diatur dalam UU 11/2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) BAB IV pasal 23, Pasal 24 dan Pasal 25. Berikut penjelasan dalam UU ITE tentang bagaimana Perlindungan HAKI dalam pendaftaran nama Domain pada Website dalam perdagangan online:

BAB IV mengatur tentang Nama Domain, Hak Kekayaan Intelektual, Dan Perlindungan Hak Pribadi, pasal yang terkait perlindungan HAKI da nama domain adalah sebagai berikut:

Pasal 23

- (1) Setiap penyelenggara negara, Orang, Badan Usaha, dan/atau masyarakat berhak memiliki Nama Domain berdasarkan prinsip pendaftar pertama.
- (2) Pemilikan dan penggunaan Nama Domain sebagaimana dimaksud pada ayat (1) harus didasarkan pada iktikad baik, tidak melanggar prinsip persaingan usaha secara sehat, dan tidak melanggar hak Orang lain.
- (3) Setiap penyelenggara negara, Orang, Badan Usaha, atau masyarakat yang dirugikan karena penggunaan Nama Domain secara tanpa hak oleh Orang lain, berhak mengajukan gugatan pembatalan Nama Domain dimaksud.

Pasal 24

- (1) Pengelola Nama Domain adalah Pemerintah dan/atau masyarakat.
- (2) Dalam hal terjadi perselisihan pengelolaan Nama Domain oleh masyarakat, Pemerintah berhak mengambil alih sementara pengelolaan Nama Domain yang diperselisihkan.
- (3) Pengelola Nama Domain yang berada di luar wilayah Indonesia dan Nama Domain yang diregistrasinya diakui

keberadaannya sepanjang tidak bertentangan dengan Peraturan Perundang-undangan.

- (4) Ketentuan lebih lanjut mengenai pengelolaan Nama Domain sebagaimana dimaksud pada ayat (1), ayat (2), dan ayat (3) diatur dengan Peraturan Pemerintah.

Pasal 25

Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik yang disusun menjadi karya intelektual, situs internet, dan karya intelektual yang ada di dalamnya dilindungi sebagai Hak Kekayaan Intelektual berdasarkan ketentuan Peraturan Perundang-undangan.

Dengan demikian nama Domain yang dimiliki seorang penyelenggara bisnis dalam perdagangan online yang telah didaftarkan dilindungi oleh undang-undang. Nama Domain yang merupakan alamat situs internet yang dimiliki oleh penyelenggara Negara, Badan Usaha dan/atau masyarakat yang dapat digunakan dalam komunikasi melalui internet yang berupa kode atau susunan karakter yang bersifat unit untuk menunjukkan lokasi tertentu di jaringan internet.

Serfiani (2013:152) menjelaskan bahwa “Setiap penyelenggara Negara, Orang, Badan Usaha atau masyarakat yang dirugikan karena penggunaan nama domain secara tanpa hak oleh orang lain, berhak mengajukan gugatan

pembatalan nama domain yang dimaksud. Menggunakan nama domain tanpa hak adalah pendaftaran dan penggunaan nama domain yang semata-mata ditujukan untuk menghalangi atau menghambat orang lain untuk menggunakan nama domain yang semata-mata ditukukan untuk menghalangi atau menghambat orang lain untuk menggunakan nama yang intuitif dengan keberadaan dirinya atau nama produknya atau untuk mendompleng reputas orang terkenal atau ternama atau untuk menyesatkan konsumen.

Pengelola nama domain adalah Pemerintah dan/atau masyarakat. Jika terjadi perselisihan pengelolaan nama domain oleh masyarakat maka pemerintah berhak mengambil alih sementara pengelolaan nama domain yang diperselisihkan. Pengelolaan nama domain yang berada diluar wilayah Indonesia dan nama domain yang diregistrasikan diakui keberadaannya sepanjang tidak bertentangan dengan peraturan perundangundangan di Indonesia.

Ketentuan lebih lanjut tentang penggunaan nama Domain telah diatur dalam Peraturan Pemerintah yaitu PP 82/2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (PSTE) pasal 73 hingga pasal 83.

Setelah membahas Undang Undang perlindungan domain dan HAKI dalam berbisnis melalui internet, selanjutnya juga terdapat perlindungan Hak Pribadi yang juga memiliki aturan hukum di Indonesia. Perlindungan terhadap hak-hak pribadi (privacy rights) diatur didalam Pasal 26 UU 11/2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) yang menyatakan bahwa kecuali ketentuan lain oleh perauran perundang-undangan, penggunaan setiap informasi melalui media elektronik yang menyangkut data pribadi seseorang harus dilakukan atas persetujuan orang yang bersangkutan. Setiap orang yang dilanggar haknya dapat mengajukan gugatan atas kerugian yang ditimbulkan berdasarakan UU ITE.

Pasal 15 PP 82/2012 tentang penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (PSTE) yang menyatakan bahwa:

- (1) Penyelenggara Sistem Elektronik (PSE) wajib:
 - a. Menjaga rahasia, keutuhan, dan ketersediaan Data Pribadi yang dikelolanya;
 - b. Menjamin bahwa perolehan, penggunaan, dan pemanfaatan Data Pribadi berdasarkan persetujuan pemilik Data Pribadi, kecuali ditentukan lain oleh peraturan perundang-undangan; dan
 - c. Menjamin penggunaan atau pengungkapan data dilakukan berdasarkan persetujuan dari pemilik Data Pribadi tersebut dan sesuai dengan tujuan

yang disampaikan kepada pemilik Data Pribadi pada saat perolehan data.

- (2) Jika terjadi kegagalan dalam perlindungan rahasia Data Pribadi yang dikelolanya, Penyelenggara Sistem Elektronik wajib memberitahukan secara tertulis kepada pemilik Data Pribadi tersebut.
- (3) Ketentuan lebih lanjut mengenai pedoman perlindungan Data Pribadi dalam Sistem Elektronik sebagaimana dimaksud pada ayat (2) diatur dalam Peraturan Menteri.

Dengan demikian kegiatan dalam perdagangan elektronik atau bisnis online meskipun dilakukan didunia maya tetapi tetap memiliki peraturan perundangan yang harus dipatuhi oleh setiap pelaku bisnisnya. Karna untuk hidup didalam masyarakat yang beretika dan beradap harus mengikuti aturan yang berlaku. Vitale dan Wheeler (2008:246) menyatakan beberapa informasi dasar yang perlu diketahui terkait dengan hukum yang harus dipatuhi didunia maya:

a. SPAM

SPAM adalah istilah untuk pesan e mail yang tidak diminta. Merebaknya Spam di Internet menimbulkan permasalahan bagi semua pemasar internet. E mail yang dikirim harus bersaing dengan ratusan juta Spam yang tidak diinginkan setiap hari. Akibat dari adanya fenomena Spam ini adalah memaksa penyedia jasa internet memblokir email pengguna sehingga dapat

membuktikan pembaca yang bersangkutan ada pada daftar penerima. Penerima email dapat gagal menerima email dari pengirim atau menjadi tidak nyaman dengan serbuan iklan yang tidak bertanggungjawab dan mengandung unsur pornografi yang mengakibatkan penerima menghapus semua email masuk dan termasuk pengirim yang diinginkan. CAN-SPAM Act (Controlling the Assault of Non-Solicited Pornography and Marketing Act) tahun 2003 oleh pemerintah Amerika Serikat mengatur mengatur para pemilik bisnis internet mesti menjamin bahwa setiap pesan email yang dikirimkan memuat keempat elemen sebagai berikut:

- 1) Sebuah opt-out link, sehingga pembaca dapat berhenti berlangganan
 - 2) Nama subjek yang valid dan informasi perutean yang akurat
 - 3) Alamat email yang benar milik si pengirim
 - 4) Sebuah label jika email tersebut mengandung materi dewasa.
- b. Hak Cipta

Ada akses mudah mendapatkan informasi di Internet, baik materi tulisan maupun gambar, yang dapat menggoda untuk dipinjam. Akan tetapi, Undang-undang Hak Cipta berlaku bagi internet layaknya bagi bentuk-bentuk terbitan lainnya. Menggunakan teks pihak ketiga tanpa izin atau kutipan langsung dapat membuat seseorang dituntut secara hukum. Pastikan materi, foto

dan gambar yang diberikan asli. Peranti lunak dengan foto dan gambar gratis dapat digunakan, terdapat pula situs Web yang menyediakan gambar gratis untuk digunakan kembali dengan lisensi, meski kebanyakan cukup mahal harganya.

c. Merek Dagang

Menggunakan merek dagang untuk menandai produk di situs Web sendiri bukanlah hal terlarang, tetapi dalam sejumlah kasus para pemilik merek dagang berusaha keras melindungi merek dagang mereka dengan mengklaim pelanggan. Hindari melanggar merek dagang orang lain dengan menciptakan merek dagang sendiri yang baru yang tidak terlalu mirip dengan yang sudah ada, agar pelanggan tidak kebingungan dan mendapatkan pelanggaran bagi merek lain. Setelah itu lakukan pendaftaran merek dagang kepada pihak yang berwenang dalam pemerintahan.

d. Kebebasan Berbicara

Internet telah menciptakan sebuah komunitas luar biasa dimana orang merasa termotivasi untuk berbicara secara bebas dan terbuka. Penyelenggara bisnis dapat menikmati fasilitas kebebasan dalam berbicara, namun perlu berhati-hati agar jangan sampai mencemarkan nama baik orang atau organisasi lain. Pencemaran nama baik (defamation) adalah pernyataan tidak benar yang

merusak reputasi seseorang atau sebuah organisasi dan hukum yang melingkupinya sangatlah rumit.

Dengan demikian meskipun bisnis yang dilakukan melalui jaringan internet atau dikenal dengan dunia maya, namun bukan berarti pelaku bisnis dapat melaksanakan kegiatan perdagangan dengan tanpa aturan yang mengingatnya. Pelanggaran yang dilakukan dapat menimbulkan sengketa dan gugatan dari pihak lain yang merasa dirugikan melalui ketetapan hukum yang telah diatur oleh pemerintah. Oleh karena itu seorang pebisnis online disarankan untuk tetap memperlakukan bisnis online dengan etika dagang layaknya dalam bisnis nyata dengan cara-cara yang baik, mematuhi hukum dan berlandaskan etika yang benar dalam mendapatkan penghasilan.

RANGKUMAN

Peluang dalam melaksanakan bisnis online didukung dengan berkembangnya penggunaan teknologi informasi dan jaringan internet. E commerce atau bisnis online adalah bagian dari e business. Peluang bisnis online yang sangat besar didukung oleh data yang menunjukkan bahwa jumlah pengguna internet dari tahun terus meningkat di Indonesia, ditambah dengan meningkatnya kemudahan dalam melaksanakan bisnis berdasarkan perkembangan teknologi. Penyenggara bisnis

online atau wirausaha internet dapat memanfaatkan peluang bisnis online dengan memilih model bisnis yang paling sesuai dengan kemampuan, dan sumber daya yang dimiliki. Pembayaran dalam transaksi bisnis online juga diatur dan memiliki aturan yang memudahkan dalam transaksi pembelian, namun perlu diperhatikan pula bahwa perlu mengusahakan jenis-jenis pembelian yang memudahkan pembeli untuk membayar agar tidak terjadi pembatalan niat dalam bertransaksi akibat sulitnya metode pembayaran. Pengetahuan terkait dengan ranah hukum perlu difahami agar tidak terjadi permasalahan hukum yang dapat mengganggu aktivitas dalam pelaksanaan bisnis online.

LATIHAN DAN TUGAS

Jawablah soal latihan berikut sesuai dengan materi yang telah dikemukakan:

1. Kemukakanlah bagaimana peluang dalam melaksanakan bisnis online pada era globalisasi saat ini!
2. Jelaskan pengertian dari e business dan e commerce (bisnis online)!
3. Jelaskan perbedaan antara e business dan e commerce!
4. Jelaskan karakteristik utama dari e commerce!
5. Kemukakan pengertian dari Model Bisnis, jelaskan pula bagaimana Model-model bisnis online dan tipe-tipe bisnis online!
6. Jelaskan ruang lingkup dari bisnis online!

7. Jelaskan cara-cara transaksi pembayaran dalam bisnis online!
8. Kemukakan hal-hal yang harus diperhatikan dalam merencanakan dan memilih model bisnis online!
9. Jelaskan undang-undang dan Peraturan Pemerintah yang mengatur tentang perlindungan konsumen bisnis online!
10. Kemukakan UU ITE tentang bagaimana Perlindungan HAKI dalam pendaftaran nama Domain pada Website dalam perdagangan online

REFERENSI

Arieta, Daniel. 2015. Pengertian dan contoh Website E-Commerce B2B, B2C, C2C, dan C2B

Boerrigter, Thomas, 2008. ONLINE REVENUE MODELS: IN THE INTERNET AND MEDIA SECTOR. *Master Thesis 'Business Administration'*

Harisno; Tri Pujadi. 2009. E-BUSINESS DAN E-COMMERCE SEBAGAI TREND TAKTIK BARU PERUSAHAAN. *CommIT, Vol. 3 No. 2 Oktober 2009, hlm. 66 - 69*

<http://arsdaniel.blogspot.co.id/2015/03/pengertian-dan-contoh-website-e.html>.

<http://ihsanulriyadh.blogspot.co.id/2015/03/pengertian-haki.html>

<https://www.hzcrash.my.id/inilah-5-model-bisnis-online-yang-paling-populer/>

- Ian. 2010. "Difference Between e-business and e-commerce." DifferenceBetween.net. March 29, 2010 < <http://www.differencebetween.net/business/difference-between-e-business-and-e-commerce/> >.
- Jalozie, Imran K etc.al. 2015. A Framework for Selecting E-Commerce Business Models. *The Journal of Business Strategy*, Vol.25, Iss. 3, pp. 55-57.
- Krisianto, Andy. 2014. Internet untuk Pemula: Panduan Menggunakan Internet secara Produktif. Jakarta. PT. Elex Media Komputindo.
- Mangkulo, Hengki Alexander. 2009. Membangun Aplikasi Bisnis Online dengan Friendster. Jakarta. Elex Media Komputindo.
- Mantri, Bagus Hanindy. 2007. Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Transaksi E-Commerce, Tesis. Program Magister Ilmu Hukum. Universitas Diponegoro Semarang.
- Nath, R., & Murthy, N. R. V. (2003). An Examination Of The Relationship Between Digital Divide And Economic Freedom: An International Perspective, *Journal of International Technology and Information*
- O'Reilly, T. (2009). *What's next for web 2.0*, O'Reilly. Viewed August 12, 2011, from <http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html>
- Sanjaya Wisnu dan Sanjaya Ridwan. 2009. Membangun Kerajaan Bisnis Online. Tuntunan Praktis Menjadi Pebisnis Online Ulung. Jakarta. Gramedia Pustaka
- Serfiani, Cita, dkk. 2013. Buku Pintar Bisnis Online dan Transaksi Elektronik. Jakarta. Gramedia Pustaka.
- Suherman, Hendra. 2017. Inilah 5 Model Bisnis Online Paling Populer Saat Ini

Sulianta, Feri. 2014. Transaksi Online dalam dan Luar Negeri. Jakarta. Elex Media Computindo

Team Explore. 2014. Menuai Duit dari Ebay. Jakarta. Transmedia

Vitale, Joe dan Wheeler, Jillian Coleman. 2008. Mesin Uang Internet: Panduan Menghasilkan Banyak Uang dengan Cepat. Jakarta. Gramedia Pustaka

Wirayuda, Nur Hasan. 2016. Perbedaan e commerce dengan e business. Dikutip dari <http://www.gatlingkom.com/2016/10/perbedaan-e-commerce-dan-e-business.html>.

BIODATA PENULIS



Dr. Muharika Dewi, SST, M.Pd.T., perempuan, lahir tanggal 31 Desember 1978, sejak tahun 2013 menjadi dosen di Universitas Putra Indonesia "YPTK" Padang. Pendidikan S1 Jurusan Kesejahteraan Keluarga Fakultas Teknik, S2 dan S3 Jurusan program studi Pendidikan Teknologi dan Kejuruan Fakultas Teknik Universitas Negeri Padang. Memiliki kepakaran dalam bidang pendidikan Kewirausahaan Teknologi. Telah melakukan penemuan-penemuan bidang pendidikan teknologi dan kejuruan terutama pada model-model pembelajaran dan pelatihan Kewirausahaan. Saat ini penulis aktif mengelola CV. Muharika Rumah Ilmiah sebagai wadah penggiat menulis dan meneliti bagi pendidik Indonesia khususnya Sumatera Barat. Moto: Berlari mengejar mereka yang berjalan meninggalkan.



Sitti Rizki Mulyani, S.Pd., M.M., CHRA., lahir di Jakarta 01 Agustus 1982 sekarang berdomisili di Padang. Pengelola dan pemilik Universitas Putra Indonesia "YPTK" Padang ini mulai mengajar sejak tahun 2015 pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Pendidikan S1 di Universitas Negeri Padang pada prodi ilmu Pendidikan Bahasa Inggris, S2 di Universitas Putra Indonesia "YPTK" Padang pada bidang ilmu Manajemen Sumber Daya Manusia dan saat ini sedang menempuh jenjang pendidikan S3 di Universitas Putra Indonesia "YPTK" pada program studi yang serupa. Fokus keilmuan penulis adalah *Human Resources* khususnya pada bidang Manajemen, Manajemen Sumber Daya Manusia, dan Pendidikan Karakter Moto: Hidup ini seperti mengayuh sepeda, agar tetap seimbang kita harus terus bergerak.