

STRATEGI DALAM KEWIRAUSAHAAN DIGITAL

Wahab

Institut Agama Islam Sultan Muhammad Syafiudin Sambas, Indonesia

Wahab.aichi88@gmail.com

Abstract

In this era, technological development is very rapid. The development of artificial intelligence has an impact on economic activities. Web-based applications are also experiencing rapid development, especially in the field of e-commerce which makes business competition stronger and more competitive. The development of information technology helps reach customers and provide the best service, whether for large or small companies, currently requires a digital presence. The massive growth in digital entrepreneurship has been made possible by the availability of a plethora of digital tools and services. The growth of new start-ups in the field of technology makes it easier to find information spread across various channels. The growth of new start-ups has customers waiting and looking for the next best thing so this opens up a lot of room for A new company to be born. Startups need initial financing, such as overhead costs that can be minimized in several ways. Co-working spaces, for example, are becoming common nowadays because they allow you to open your own office without having to own a home.

Keywords : Digital entrepreneurship

Abstrak

Pada era ini perkembangan teknologi sangat pesat. Perkembangan kecerdasan buatan berdampak terhadap kegiatan perekonomian. Aplikasi berbasis web juga mengalami perkembangan yang pesat terutama dibidang e-commerce yang membuat persaingan bisnis semakin kuat dan kompetitif. Perkembangan teknologi informasi membantu menjangkau pelanggan dan memberikan layanan terbaik, baik untuk perusahaan besar atau kecil, saat ini membutuhkan kehadiran digital. Pertumbuhan besar-besaran dalam kewirausahaan digital telah dimungkinkan oleh ketersediaan sejumlah besar alat dan layanan digital. Pertumbuhan start up baru dibidang teknologi semakin mempermudah mencari informasi yang tersebar di berbagai saluran. Pertumbuhan start up baru membuat pelanggan menunggu dan mencari hal terbaik berikutnya sehingga hal ini membuka banyak ruang untuk perusahaan baru untuk lahir. Startup membutuhkan pembiayaan awal, seperti biaya overhead yang dapat di minimalkan dengan beberapa cara. Ruang kerja bersama, misalnya, menjadi hal yang umum saat ini karena memungkinkan Anda membuka kantor sendiri tanpa harus memiliki rumah.

Kata Kunci : Kewirausahaan Digital

PENDAHULUAN

Gerakan kewirausahaan digital telah berkembang pesat, menghasilkan peningkatan besar dalam jumlah wirausahawan muda dan profesional dengan keterampilan teknis yang kuat. Di tahun-tahun mendatang, itu hanya bisa menjadi lebih baik. Hal lain yang perlu diingat adalah bagaimana dunia teknologi terus (dan cepat) berubah. Ini membuat pengusaha muda unggul karena mereka dapat mengikuti trend dengan lebih mudah daripada yang lebih tua. Tanpa banyak koneksi atau uang, mereka dapat memulai bisnis yang sukses. Ini karena ada banyak sumber daya berbiaya rendah dan berdampak tinggi yang tersedia untuk membantu wirausahawan digital yang baru muncul dalam merintis usaha mereka. Literatur tentang kewirausahaan biasanya mempertimbangkan satu jenis kewirausahaan pada suatu waktu, daripada berfokus pada tiga jenis sekaligus. Namun, para peneliti sudah mulai mengeksplorasi beberapa cara di mana berbagai praktik kewirausahaan berinteraksi dan sinergis. Hwang dan Powell mempertimbangkan bagaimana lingkungan kelembagaan membentuk ide-ide tentang kewirausahaan dan bagaimana usaha bisnis dari waktu ke waktu dapat merestrukturisasi lembaga yang ada.(Davidson & Vast,2010).

Pendekatan multidimensi digunakan untuk mempelajari kewirausahaan digital. Misalkan potensi sinergi antara pengetahuan, bisnis, dan kewirausahaan institusional. Pengetahuan pengusaha mungkin menciptakan keunggulan kompetitif untuk diri mereka sendiri dengan menyebarkan informasi dan ide secara luas, dengan memanfaatkan media baru dan jaringan sosial yang diaktifkan secara digital, tetapi beberapa investasi keuangan mungkin diperlukan dan keuntungan ekonomi dapat dihasilkan dari usaha berbasis pengetahuan semacam itu. Pengetahuan pengusaha dapat berkontribusi pada putaran ide/gagasan baik didalam maupun di seluruh bidang, Atau membantu membentuk ide melalui komunitas tentang penerapan teknologi informasi baru. Dalam melakukannya, mereka dapat berkontribusi pada perubahan kelembagaan yang melegitimasi bidang pengetahuan mereka serta usaha bisnis terkait. Untuk memanfaatkan peluang ini, para pengusaha mencari transformasi digital. Transformasi digital dapat didefinisikan sebagai perusahaan yang mengubah operasi mereka, dan, dalam istilah yang lebih luas, juga dapat merujuk pada perubahan terus-menerus dari peradaban kita melalui penggunaan teknologi. Transformasi digital melibatkan desain ulang praktik bisnis untuk memasukkan teknologi digital ke dalam semua aspek bisnis. (Antoniuzzi & Smuts,2020). Pengusaha digital berpeluang melalui penggunaan kemampuan jaringan digital. Peluang-peluang ini muncul dengan sendirinya melalui pengguna media digital yang kini Kewirausahaan Digital 108 dapat ditawarkan melalui dukungan, dapat menanggapi pesan dan dapat menawarkan kritik dan saran yang membangun yang dapat dimanfaatkan oleh perusahaan. Karakteristik utama dari perubahan kompetitif dari ekonomi digital mencakup kemampuan yang lebih besar untuk memproses dan mentransfer informasi secara instan dan bebas

serta digitalisasi proses dan aktivitas. (Davidson & Vaast,2010). Teknologi Informasi (TI) digunakan setidaknya sebagai sarana produksi nilai parsial dan dapat digunakan untuk menyebarluaskan hasil kegiatan wirausaha dan menghasilkan peluang baru bagi wirausahawan digital. Secara bersamaan, penggunaan TI dan media digital dalam proses produksi dan diseminasi membuat lebih sulit bagi pengusaha yang mapan atau muncul di bidang ini untuk mempertahankan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

METODE PENELITIAN

Kajian dari penelitian ini menggunakan kajian literatur yang mana literatur yang diambil sesuai dengan pokok pembahasan dan di analisis secara mendalam sehingga dapat diambil kesimpulan dan temuan dalam penelitian. Literatur yang diambil baik dari buku, artikel jurnal baik nasional maupun internasional dan literatur lainnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi Kewirausahaan

Al-Qur'an menggambarkan bahwa sebagian sifat buruk manusia itu suka berkeluh kesah lagi kikir. Ketika ditimpa kesusahan ia berkeluh kesah, ketika mendapat kebaikan atau kenikmatan, ia kikir.

“Sungguh, manusia diciptakan bersifat suka mengeluh. Apabila dia ditimpa kesusahan dia berkeluh kesah. dan apabila mendapat kebaikan (harta) dia jadi kikir”. (Surah Al-Ma'aarij Ayat 19-21)

Menurut Martani Huseini bahwa dalam realita kehidupan usaha, paling tidak terdapat tiga hambatan utama bagi wirausahawan pemula, yaitu:

1. *How to start the business* (memulai usaha)

Pada tahap ini, umumnya calon wirausahawan dihindangi demam keraguan atau ketakutan akan suatu kegagalan sebelum memulai sesuatu. Ia masih ragu dalam hal hitung-menghitung risiko dan studi kelayakan usaha sampai ia memutuskan untuk memulainya.

2. *How to set competitive positioning.*

Yaitu, kesulitan memposisikan diri dalam persaingan pasar agar usahanya tidak mati sebelum sempat berkembang.

3. *How to maintain sustainability the business*)

Yaitu, bagaimana pebisnis tetap memelihara usahanya secara kontinu. Pada tahap ini wirausahawan harus waspada dari sifat arogan seiring dengan keberhasilan usahanya. Oleh karena itu, wirausahawan harus tetap menjaga usahanya agar dapat bertahan lama.

Pada umumnya perusahaan kecil yang berhasil secara berkesinambungan dan dapat bersaing secara unggul memiliki keunggulan dalam bidang teknik, produk yang unik, dan memiliki cakupan distribusi geografis pasar yang terbatas.

Ada beberapa keputusan strategis yang diperlukan dalam kondisi pertumbuhan, yaitu :

1. Perubahan produk barang dan jasa. Hal ini menyangkut pertanyaan: Produk dan jasa baru apa yang diinginkan oleh pelanggan? Apakah perubahan kebutuhan mereka dapat ditentukan?
2. Strategi yang menyangkut penetrasi pasar, ekspansi pasar, diversifikasi produk dan jasa, integrasi regional, atau ekspansi usaha. Ini menyangkut pertanyaan: Bagaimana pasar dapat dicapai? Bagaimana posisi strategis perusahaan harus diperbaiki? Peluang mana yang akan diambil?
3. Kemampuan untuk memperoleh modal investasi dalam rangka penelitian dan pengembangan, proses produksi dan penggantian peralatan, dan dalam rangka penambahan sumber daya manusia. Hal ini menyangkut pertanyaan: Berapa modal yang diperlukan untuk investasi tersebut? Dan mana sumbernya?
4. Analisis sumber daya manusia, sehingga memiliki keterampilan yang unik untuk mengimplementasikan strategi. Pertanyaannya adalah: Bagaimana sumber daya manusia itu akan dikembangkan supaya perusahaan sukses dipasar?
5. Analisis pesaing baik yang ada maupun yang potensial untuk memantapkan strategi bersaing. Keputusannya harus berdasarkan perilaku, sumber daya, dan komitmen yang dimiliki pesaing di masa lalu. Apakah pesaing akan menanggapi strategi yang kita terapkan? Kemampuan dan perencanaan apa yang diperlukan untuk mengantisipasi pesaing?
6. Kemampuan untuk menopang keunggulan strategi perusahaan dan untuk memodifikasi strategi dalam menghadapi perubahan permintaan pelanggan dan perilaku strategi persaingan baru. Apakah perusahaan akan selalu mempertahankan keunggulan strategi tersebut selama-lamanya?
7. Penentuan harga barang atau jasa untuk jangka pendek dan jangka panjang. Apakah keputusan penentuan harga sudah dibandingkan dengan strategi lain? Apakah analisis elastisitas permintaan untuk setiap pasar sudah dipahami?
8. Interaksi perusahaan dengan masyarakat luas. Apakah ada aksi strategis untuk menjawab kebutuhan masyarakat?
9. Pengaruh pertumbuhan perusahaan yang cepat terhadap aliran kas. Apakah pertumbuhan perusahaan menimbulkan masalah likuiditas?

Strategi bagi Pemimpin Pasar

Apabila perusahaan telah memiliki peluang pasar yang besar seperti pada masa pertumbuhan, maka strateginya:

1. Bersikap menyerang dan agresif untuk mempertahankan pangsa pasar. Wirausaha harus siap memperbaiki strategi bersaingnya agar tetap dapat mempertahankan reputasi terbaik di mata pelanggan.
2. Bersikap bertahan dan tidak terlalu agresif. Dalam posisi ini, setiap departemen secara efektif menemukan keunggulan bersaing dan secara bertahap dapat membangun hambatan masuk ke segmen pasar yang dipilih untuk bersaing.
3. Tidak boleh ada anggapan bahwa perusahaan yang berhasil tidak memiliki tantangan. Perusahaan yang pasif mempertahankan pasarnya akan selalu mengundang pesaing untuk memasuki pasar. Kegagalan dalam mempertahankan strategi akan memperlemah perusahaan dalam menanggapi serangan dan pesaing. Bila demikian maka, pesaing akan menjadi pemimpin pasar (market leader) yang baru.

Strategi bagi Bukan Pemimpin Pasar

Perusahaan yang memasuki tahap pertumbuhan yang memiliki posisi kuat (bukan market leader) di pasar, memiliki strategi tertentu. Akan tetapi strategi ini bukan untuk bersaing dengan market leader. Strategi ini dilakukan dengan cara:

1. Secara agresif menggunakan kompetensi terbaiknya untuk meraih peluang pasar sehingga tidak tertandingi oleh pesaing. Wirausaha harus memposisikan dirinya dalam segmen pasar kecil sebagai pemain yang paling dominan. Wirausaha membangun dan mempertahankan hubungan secara terbuka dengan para pelanggannya. Dalam hal ini wirausaha jarang mengabaikan peluang dan selalu memperkuat hubungan melalui pelayanan yang istimewa dan atas kebutuhan pelanggan.
2. Mengembangkan strategi sebagai *follower leader*. Dalam kondisi ekonomi yang baik, perusahaan yang mengikuti strategi ini bisa berhasil. Ancaman untuk strategi ini adalah jika pelanggan tidak lagi memandang perusahaan pemasok sebagai pilihan pertama. Selain itu, pasar dengan produk dan jasa sejenis (*undifferentiated*), bukanlah pasar yang menarik untuk persaingan.

Strategi yang Lain

Banyak strategi yang dilakukan wirausaha pada tahap pertumbuhan, diantaranya:

1. Pertahanan bersaing. Agar tetap dapat bersama, maka pengembangan produk dan perluasan pelayanan perusahaan harus selalu dinamis dan memposisikan perusahaan dalam keadaan kritis. Perusahaan harus selalu inovatif dan memperbaiki keberhasilannya di masa lalu atau memperbaiki produk yang pertama kali dihasilkannya, sebab jika tidak akan ditinggalkan oleh pasar.
2. Mencoba untuk produk yang menjadi “pemukul besar (*big hitter*)”, dan tidak berkonsentrasi pada perbaikan keberhasilan produk yang sudah ada. Keberhasilan

perusahaan seperti 3M (*Man, Material, Market*) tetap mendominasi posisi pasar melalui pengenalan produk baru secara berkesinambungan.

Mengambil langkah positif dan proaktif untuk menguasai manajer kunci dan ahli teknik profesional yang selalu diikutsertakan dalam pembentukan keberhasilan perusahaan. Sangatlah tidak mudah untuk menempatkan kembali kemampuan individual yang cakap. Oleh sebab itu, kehilangan seseorang yang cakap dan dianggap kunci dapat menghancurkan keunggulan perusahaan dalam persaingan. (M. Syafiq, 2001).

Kewirausahaan digital

Kewirausahaan digital terdiri dari menciptakan bisnis di Internet, menjual layanan atau produk secara online, tanpa perlu berinvestasi di ruang fisik. Beberapa contoh bisnis digital adalah dengan mealukan kursus online, *e-commerce*, blog, saluran YouTube, dan teknologi solusi secara umum.

Kewirausahaan digital adalah konsep yang menjelaskan bagaimana kewirausahaan dapat berkembang, karena bisnis dan masyarakat terus diubah oleh teknologi digital. Kewirausahaan digital menyoroti perkembangan dalam praktik, filosofi, dan pendidikan (Vikrant, 2021)

Kewirausahaan digital dapat didefinisikan sebagai peluang wirausaha yang diciptakan dan dikejar melalui penggunaan platform teknologi dan peralatan komunikasi informasi. [Giones & Brem, 2017), (Kraus et al, 2019).]

Karakteristik Digital Marketing

Karakteristik Digital Marketing perlu dimiliki oleh wirausahawan. Seorang wirausahawan digital yang kuat, di sisi lain, memiliki karakteristik. wirausahawan mampu bersaing dan tetap berada didalam kompetisi karena karakteristik berikut ini: (Vikrant, 2021)

1. Cermat dalam Perencanaan Kejelian dan persiapan tidak dapat diabaikan. Sangat penting untuk tetap fokus pada tujuan, membangun strategi dan rencana yang jelas, dan terus berjalan ke arah yang benar. Tidak ada perusahaan yang pernah mencapainya dengan mencoba melakukan semuanya sekaligus. Membangun basis yang stabil memerlukan persiapan, visi, dan strategi yang cermat.
2. Berkomunikasi yang Efektif Kepandaian mengatur dan mengartikulasikan ide dan pendapat, dengan demikian akan lebih mudah untuk sukses sebagai wirausahawan digital. Tidak cukup hanya memiliki ide cemerlang tetapi masih harus bisa mengkomunikasikannya dengan jelas kepada orang lain. Ini sangat relevan ketika terlibat dengan para pemimpin perusahaan dan calon investor. Ini juga penting ketika bekerja dengan rekan kerja dan rekan bisnis.

3. Kemampuan Beradaptasi keadaan tidak selalu berjalan sesuai rencana. Wirausahawan digital, harus bisa menyesuaikan diri dengan situasi dan masalah baru yang pasti akan muncul. Sia-sia untuk menjadi keras kepala dalam konsentrasi jika mengetahui bahwa ada sesuatu yang tidak sepenuhnya benar. Pemahaman setiap keadaan tertentu dan membuat perubahan yang diperlukan pada strategi sesuai kebutuhan.
4. Kemauan untuk belajar Pengusaha masih mempelajari hal-hal baru. Sikap mau belajar inilah yang mendorong mereka untuk memperluas dan mengembangkan perusahaan mereka. Memiliki pemahaman yang baik tentang domain atau bisnis dapat membantu untuk mendapatkan wawasan tentang pelanggan dan bagaimana mereka bertindak. Bukan hanya dapat membuat kampanye pemasaran yang efektif untuk perusahaan jika tidak memahami cara berpikir pelanggan. Mengikuti kurva belajar tidak selalu mudah. Ini terutama berlaku untuk ceruk digital seperti SEO, yang terus berkembang. Di sinilah mencari mitra yang dapat diandalkan dengan keahlian industri yang diperlukan sangat berguna. Layanan SEO adalah cara sempurna bagi perusahaan pemasaran digital untuk memperluas layanan SEO mereka dengan cepat.
5. Mencari Peluang Baru Sebagai seorang wirausahawan, maka harus selalu mencari terhadap peluang dan inovasi baru. pengusaha akan dapat mempersiapkan diri untuk mengenali dan Kewirausahaan Digital 110 menangkap peluang bisnis baru yang akan memperluas wawasan pada saat belajar dan berkembang.
6. Melek Teknologi Kewirausahaan digital memerlukan pemahaman menyeluruh tentang dunia teknis tempat Anda beroperasi. Memahami bagaimana setiap teknologi berinteraksi dengan teknologi lain akan membantu untuk mempertimbangkan kemungkinan untuk bisnis Anda.
7. Belajar Dari Pengalaman. Penting untuk melihat ke belakang dan belajar dari kesalahan saat pertama kali memulai. mengingat hal-hal yang telah Anda pelajari. Menggunakan apa yang telah dipelajari untuk menunjukkan kepada orang lain bagaimana mengatasi masalah dengan lebih efisien. Tidak ada pengganti pengalaman sebagai guru.
8. Kegigihan Hanya masalah waktu sebelum segalanya menjadi sulit. Saat itulah harus mengambil alih dan bertindak. Ketabahan dan dedikasi murni akan membantu menaklukkan tantangan, tetap terdepan dalam permainan, dan menerima kekalahan dengan anggun.

Dengan menggunakan Teori Kemampuan Dinamis yang mengacu pada "kemampuan untuk mengintegrasikan, membangun, dan mengkonfigurasi ulang kompetensi internal dan eksternal untuk mengatasi lingkungan yang berubah dengan cepat".(Teece et al,2016). Pendekatan kapabilitas dinamis menekankan pada kapabilitas organisasional dan strategis untuk mewujudkan keunggulan kompetitif dan

terdiri dari tiga komponen utama kapabilitas yang terdiri dari merasakan dan membentuk peluang dan ancaman (*sensing*), menangkap peluang (*seizing*), dan untuk mempertahankan daya saing melalui peningkatan, penggabungan, perlindungan, dan, bila perlu, konfigurasi ulang aset tidak berwujud dan berwujud organisasi (“transformasi” atau “pergeseran”).

Tantangan Kewirausahaan Digital

Saat ini, perusahaan lebih cenderung mengutamakan proyek online mereka. Perusahaan ritel berkembang pesat berkat situs jejaring sosial, dan seluruh bisnis didirikan Kewirausahaan Digital hanya berdasarkan situs web dan aplikasi. Meskipun kedua hal ini mendukung perekonomian kita, ada beberapa kelemahan. Ada juga kurangnya undang-undang dan peraturan yang sesuai yang mengatur bisnis online ini. (Vikrant,2021)

Mereka beroperasi secara independen dan tanpa pengawasan, membuat tindakan apa pun terhadap mereka menantang, dan akhirnya menempatkan pelanggan dalam risiko. Mereka sering terlibat dalam kegiatan ilegal tetapi tidak pernah dituntut. Akibatnya, *e-commerce* akan menderita, dan pengusaha akan terpengaruh. Di dunia, aturan dan regulasi *e-commerce* yang efektif harus ditegakkan. Jika tidak, perusahaan akan kesulitan dalam jangka panjang karena kurangnya akuntabilitas dan transparansi. Sudah lama berlalu bagi pemerintah untuk turun tangan dan mendukung pasar online.

KESIMPULAN

Pengusaha harus diberi kemampuan untuk mendapatkan pinjaman bank selain menjawab pertanyaan tentang kepercayaan. Perusahaan keuangan, misalnya, belum menerima situs web kekayaan intelektual sebagai aset. E-trader masih ditolak izin perdagangannya, yang membuat mereka tidak mungkin mengembangkan perusahaannya. Meskipun demikian, ini menarik FDI untuk berekspansi. Akibatnya, kewirausahaan digital harus dipromosikan dengan segala cara yang mungkin.

DAFTAR PUSTAKA

- Alam, B. 2016. *Kewirausahaan Untuk Perguruan Tinggi*. Bogor: Gahalia Indonesia.
- Alma, Buchari. 2013. *Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta.
- Drucker, Peter F.1996. *The Executive in Action*. New York: Harper Collins Publisher Inc.
- Fahmi, I. 2013. *Kewirausahaan Teori, Kasus, dan Solusi*. Bandung.
- Hisrich, Robert D. et al. 2013. *Entrepreneurship*. New York: McGrawHill.
- Leonardus, S. 2014. *Kewirausahaan: Teori, Praktik, dan Kasus-kasus*. Jakarta: Salemba Empat.
- Soeparman Soemahadimidjaja. 1997. *Kewirausahaan*.
- Suryana, Y., & Bayu, K. 2012. *Kewirausahaan: Pendekatan Karakteristik Wirausahawan Sukses Ed. 2*. Jakarta: Kencana.

- Suryana. 2013. *Kewirausahaan Pedoman Praktis: Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta: Salemba Empat.
- Zimmer, Thomas W; Norman M. Scarborough dan Doug Wilson. 2008. *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*. Edisi ke5. Buku Satu. Jakarta : Salemba Empat.