



whitepaper

Know
whether Qt
is better for
your r
projec
HTML

OI



Revolusi Model Bisnis pada Era Industri 4.0

Oleh Andreas Hassim, Jumat, 29 Juli 2016 | 07:34 WIB

Seringkali kali kita dibuat penasaran dari manakah sumber pendapatan perusahaan ketika memberikan layanan tanpa membayar alias gratis atau bahkan memberikan jasa dengan menawarkan subsidi sehingga jasa yang diberikan jauh lebih murah ketimbang yang disediakan oleh pasar. Itulah yang dilakukan perusahaan-perusahaan yang merajai pada era Revolusi Industri 4.0 sebagaimana dilakukan Google, Facebook, Uber, Airbnb, dll.

Perusahaan-perusahaan tadi berhasil merebut hati para konsumen sehingga tanpa sadar mereka terjerat menggunakan jasa yang disediakan, dan tanpa sadar pula para pengguna tadi telah menjadi komoditas yang dapat dijual kembali kepada perusahaan komersial lainnya. Lalu-intas (*traffic*) pengguna layanan yang telah melalui





itifnya, maka perusahaan akan semakin berpeluang
r.

mesin pencari (*Google search engine*) yang ditawarkan
atau aplikasi penunjuk arah pada Google Maps yang
jawab kebutuhan masyarakat luas pada era ini, dan
lagi solusi-solusi yang ditawarkan dan herannya semua
ada masyarakat secara cuma-cuma.

ni juga tampak ketika aplikasi Gojek dan Grab
menawarkan solusi atas kemacetan di Jakarta dengan ongkos yang
sangat murah. Tidak saja konsumen yang terbantu, begitu pula
dengan pengemudi ojek yang pendapatannya (omzet) naik secara
signifikan bahkan membuka lapangan pekerjaan baru. Pemerintah
pun terbantu, walaupun pasti ada *trade off* dari inovasi yang bersifat
disruptif ini ketika perusahaan-perusahaan jasa transportasi tergerus
pasarnya.

Kedua, inovasi tanpa akhir. Perusahaan-perusahaan pada era ini
tidak pernah puas dengan hasil yang dicapainya sehingga berupaya
secara terus menerus melakukan inovasi. Pada sisi lain,
perusahaan-perusahaan *incumbent* seringkali menoleransi (*excuse*)
turunnya kinerja keuangan akibat faktor makroekonomi yang kurang
mendukung.

Sebaliknya, perusahaan pada era ini secara kontinyu mengundang
keramaian untuk menyalurkan ide-ide inovasinya melalui kompetisi
inovasi atau dengan menyediakan ruang kerja bersama (*co-working
space*) untuk memantau talenta-talenta baru dari perusahaan-
perusahaan rintisan (*startup company*) yang dapat dibesarkan
sehingga bisnis perusahaan bisa menggurita dan terus berkembang.

Tak berhenti sampai pencarian ide, tapi perusahaan menciptakan
ekosistem untuk para *startup* sehingga ide-ide tersebut diinkubasi dan
akselerasi sehingga memiliki model bisnis yang mampu menawarkan
nilai tambah (*value added*) bagi para investornya. Tak ketinggalan,
para pelaku *startup* ini juga membutuhkan pendanaan yang



gga perusahaan-perusahaan besar melengkapi
gan mendirikan perusahaan modal ventura.



INVESTOR DAILY

INDONESIA



nya perusahaan-perusahaan pada era ini cenderung
pemain utama pada bisnisnya sehingga tidak mengenal
or dua, sebagaimana mesin pencari yang dikenal adalah
sahaan media social adalah Facebook, pada jasa
adalah Uber, begitupula dengan perusahaan *e-commerce*
n menguasai pasar di Amerika Serikat, Alibaba di
u Rakuten di Jepang.

perusahaan berupaya menjadi raksasa tunggal di bisnis
yang dikeolanya dengan mengakuisisi para *startup* yang telah
menemukan model bisnis idealnya untuk menyempurnakan produk
atau layanan yang ditawarkan atau bahkan akuisisi hanya dilakukan
hanya untuk mematikan rivalnya.

Keempat, model pemasaran 3.0 (*marketing 3.0*). Jika *marketing 1.0*
fokus pada produk (*product centric*) dan *marketing 2.0* fokus kepada
konsumen (*customer centric*), maka pada *marketing 3.0* lebih dari itu,
di mana perusahaan melihat konsumen tidak hanya sebatas
pengguna produk tetapi melihat konsumen dari multi dimensinya
sebagai manusia sehingga konsumen akan memilih produk yang
memuaskan keinginannya untuk berpartisipasi, berkreasi, komunitas,
dan idealismenya (Philip Kotler dan Hermawan Kertajaya).

Sebagaimana telah dipaparkan bahwa perusahaan pada era ini
cenderung mencari masalah untuk dipecahkan yang juga kemudian
mengambil keuntungan secara tidak langsung (*soft selling*),
merupakan ciri-ciri dari pemasaran di era ini. Inovasi sepertinya
menjadi kata kunci dalam berkompetisi pada era ini karena inovasi
yang dapat menjawab permasalahan dan inovasi pula yang
dibutuhkan dalam menciptakan model bisnis yang dapat memberi nilai
tambah bagi perusahaan.

World Economic Forum (WEF) dalam artikelnya berjudul “*These 3
Things Make a Company Truly Innovative*” menemukan kesamaan
perilaku perusahaan-perusahaan yang berhasil memelopori
peluncuran produk inovatif. Kajian ini berasal dari 30 perusahaan



bagai latar belakang industri mulai dari kesenatan hingga dari jasa keuangan hingga teknologi informasi.



INVESTOR DAILY

INDONESIA



ahaan melakukan lompatan teknologi yang sangat era revolusi industry 4.0 ini, teknologi sangat mudah hingga dalam hitungan tahun bahkan bulan teknologi menjadi usang. Hal ini tak pernah dibayangkan sebagaimana revolusi industri 1.0 ketika teknologi mesin tahan berpuluh-puluh tahun.

ahaan menawarkan solusi terhadap permasalahan akhirnya, perusahaan-perusahaan komersial perlu mengadaptasi karakter positif yang dimiliki perusahaan-perusahaan pengendali pada era industri 4.0. Perusahaan komersial harus mampu menemukan permasalahan yang dihadapi masyarakat terkait bidang yang dikelolanya sehingga inovasi yang dilakukan bukan turun dari langit sehingga menjadi sia-sia. Kemudian, perusahaan komersial perlu mengadopsi iklim inovasi dengan menciptakan ekosistem yang mendukung.

Pada era ini, perusahaan komersial yang mampu memberi dampak positif kepada kemaslahatan manusia akan menjadi besar dan semakin besar dampak positif yang diberikan, maka akan semakin besar perusahaan tersebut.

Andreas Hassim, Praktisi dan Pengamat Perbankan

BAGIKAN



[#andreas hassim](#)

[#revolusi industri](#)





INVESTOR DAILY



INDONESIA



Revolusi Industri Keuangan

0 komentar

Urut Berdasarkan

Paling Lama



Tambahkan Komentar...

Plugin Komentar Facebook

REKOMENDASI UNTUK ANDA



Iklan ▾

ADATA

New Drivers

Release



SHOWWARE, Adobe Analytics, Amazon S3, Apache Phoenix, BigCommerce, DocuSign, Epicor, SAP Hana, Trello, WooCommerce, and more.

ODBC | JDBC | ADO.NET | ODATA



INVESTOR DAILY



INDONESIA



LEARN MORE

Terpopuler

01 [Sesi I Menguat, Inilah Saham-Saham yang Untung 6,7%-24%](#)

Jumat, 27 Desember 2019 | 12:09 WIB

02 [IHSG Ditutup Naik 9,87 Poin, Inilah 5 Saham Paling Aktif Ditransaksikan](#)

Jumat, 27 Desember 2019 | 17:02 WIB

03 [Tak Sampai Setahun Pegang Saham ABBA, Jiwasraya Untung 18% Lebih](#)

Jumat, 27 Desember 2019 | 17:19 WIB

04 [IHSG di Zona Hijau, Saham Repower Asia Untung Besar](#)

Jumat, 27 Desember 2019 | 16:36 WIB

05 [Saham ABBA Sudah Dilepas Jiwasraya Sejak 2014](#)

Jumat, 27 Desember 2019 | 12:57 WIB

[Selengkapnya..](#)

Gestión de Riesgos

Se puede mejorar la gestión de los riesgos



INVESTOR DAILY

INDONESIA



su empresa. Sepa cómo.
SoftExpert Software

Terkini



Beras Satu Harga Perlu Diperluas

Minggu, 29 Desember 2019 | 10:37 WIB



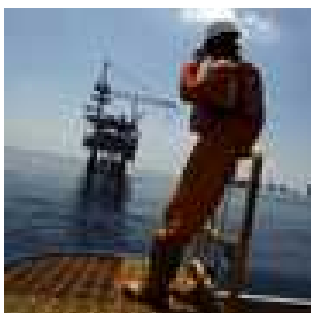
Rayuan Pulau Kelapa Bikin Merinding Undangan Natal Bersama

Sabtu, 28 Desember 2019 | 23:26 WIB



Bank Sentral Eropa Belum Akan Naikkan Suku Bunga di 2020

Sabtu, 28 Desember 2019 | 23:01 WIB



Rusia: Pemangkasan Produksi Minyak OPEC+ Tak Bisa Berlanjut

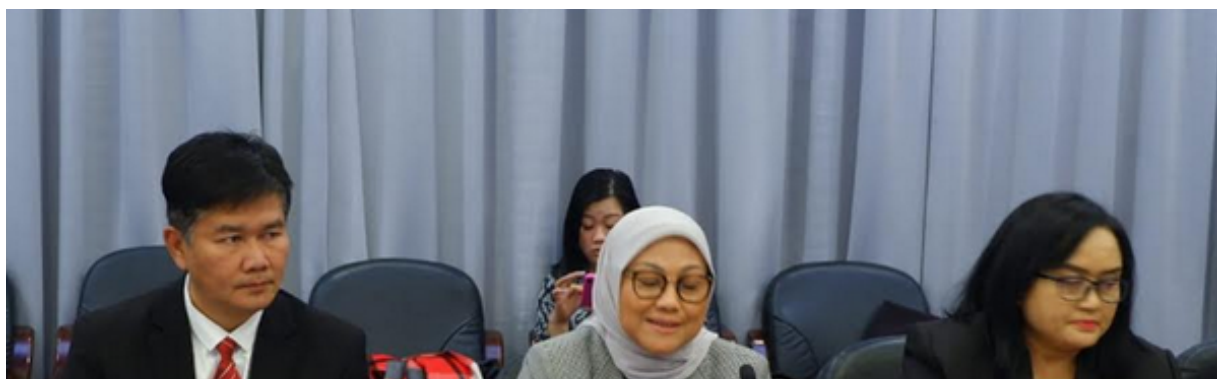
Sabtu, 28 Desember 2019 | 22:18 WIB



Garuda Pastikan Untung Tahun Ini

Sabtu, 28 Desember 2019 | 22:08 WIB

BERITA SATU ([HTTPS://WWW.BERITASATU.COM](https://www.beritasatu.com))





Kunker ke Shanghai, Menaker Ajak Investor Energi Listrik Investasi ke



INVESTOR DAILY

INDONESIA



[Tentang Kami](#) | [Karir](#) | [Info Iklan](#) | [Privasi](#) | [Peta Situs](#)

Copyright ©2019 Investor Daily. All Rights Reserved

