

# KOMPUTER & MASYARAKAT



UNIVERSITAS  
**INABA**

## MODUL – BAB VI

Komputer & Masyarakat

**Dany Yudha Krisna, S.Kom, M.Si.**



## Konsep Bisnis di era teknologi Informasi

### Tujuan

- a. Mahasiswa dapat menjelaskan konsep bisnis di era teknologi Informasi
- b. Mahasiswa dapat menjelaskan Model bisnis di era teknologi Informasi
- c. Mahasiswa dapat menjelaskan Teknoprenour dan startup

### A. Konsep Bisnis Bidang IT

Banyaknya lulusan bidang teknologi informasi dibandingkan dengan lapangan pekerjaan yang dibuka memang tidak sebanding. Jumlah lulusan yang bagus belum tentu terserap ke lapangan pekerjaan jika kurang beruntung, atau kurang jaringan komunikasi dengan penyedia lowongan, bidang yang dikuasai tidak sesuai kebutuhan peluang kerja dan lain –lain.

Disisi lain keberadaan teknologi informasi telah mengubah arah bisnis. Perubahan arah bisnis dari konvensional berubah ke arah bisnis berbasis digital. Konsep bisnis digital dilakukan oleh para pembisnis dengan memadukan bisnisnya menggunakan sarana digital untuk bertransaksi, promosi, komunikasi dengan pelanggan, bahkan sampai tahan pembayaran berbasis uang digital. Pada tahap konsep bisnis digital para pelanggan tidak perlu berinteraksi dengan pelayan / pedagang. Para pelanggan melalui komputer atau Handphone dapat memilih produk yang mereka inginkan, kemudian melakukan transaksi pembelian. Transaksi pembelian bahkan dilakukan dengan cara pembayaran digital.

Pembayaran digital juga sering disebut dompet digital dapat dilakukan dengan menggunakan penyedia jasa Perusahaan teknologi finansial (fintech), Bank, bahkan perusahaan telekomunikasi beberapa penyedia dana dompet digital seperti Dana, OVO, GoPay, Fintech, Link dan lain-lain.





Gambar 5.1 Persaingan dompet Digital (sumber <https://katadata.co.id/yuliawati/digital/5e9a4e6b92155/persaingan-bisnis-dompet-digital-makin-ketat-dan-mengerucut>)

Kemudian para pedagang menyiapkan produk barang, kemudian dikirim ke pembeli melalui media pengiriman. Proses pengiriman barang melalui berbagai jasa pengiriman seperti JNE, TIKI, Gojek, Grap dll.

### B. Beberapa Penerapan Konsep Bisnis Bidang IT

Beberapa konsep bisnis berbasis teknologi informasi ini diterapkan dalam berbagai bentuk model seperti berikut :

- E-commerce

Apa itu ecommerce? Electronic commerce atau ecommerce adalah segala aktivitas jual beli yang dilakukan melalui media elektronik. Meskipun sarannya meliputi televisi dan telepon, kini ecommerce lebih sering terjadi melalui Internet. ecommerce sebetulnya dibagi menjadi enam golongan, yaitu:

- Business to business (B2B) — Jenis di mana sebuah perusahaan menjual produk atau jasa kepada perusahaan lainnya. Dalam model ecommerce ini, biasanya pembeli memesan barang dalam jumlah besar. Contohnya adalah sebuah perusahaan yang membeli perlengkapan kantor dari sebuah produsen.
- Business to consumer (B2C) — Dalam jenis ecommerce ini, sebuah perusahaan menjual produk atau jasa kepada konsumen. Pada umumnya, pelanggan dalam ecommerce B2C hanya mengecer. Jika anda pernah membeli dari suatu toko online, aktivitas tersebut termasuk dalam golongan ini.
- Consumer to consumer (C2C) — Pernah menjual barang bekas ke orang lain yang membutuhkannya melalui internet? Aktivitas tersebut termasuk dalam ecommerce jenis ini. Dengan kata lain, C2C adalah transaksi online antara dua individu.
- Consumer to business (C2B) — Berkebalikan dengan B2C, ecommerce C2B adalah skenario di mana seseorang menjual produk atau layanan kepada sebuah perusahaan. Seorang graphic designer, misalnya, menawarkan dan menjual logo buatannya kepada sebuah bisnis makanan.
- Business to public administration (B2A) — Model ecommerce ini mirip dengan B2B, tetapi pelakunya adalah bisnis dan lembaga pemerintah. Contoh B2A adalah jasa pembuatan website untuk sistem administrasi online.
- Consumer to public administration (C2A) — Jenis ecommerce ini berjalan seperti C2B. Namun, transaksi dilakukan oleh individu dan lembaga pemerintah. Ecommerce dengan model C2A jarang ditemui di Indonesia. Jenis transaksi yang terjadi biasanya berbentuk jasa.

Contoh E-commerce : Sebelumnya telah disebutkan bahwa terdapat enam golongan ecommerce. Di bawah ini contoh untuk masing-masing jenis. Namun, contoh ecommerce customer to public administration tidak ditampilkan dalam daftar ini karena jarang ada website atau marketplace yang menghubungkan antara pekerja freelance dengan lembaga pemerintah.



1. Business to business (B2B)
  - Electronic City — menjual perlengkapan elektronik kantor dan rumah tangga
  - Ralali — di samping peralatan kantor dan rumah tangga juga menjual peralatan industri, restoran, dan pertanian
  - Mbiz — sama seperti Ralali, tetapi juga menyediakan jasa seperti housekeeping dan perbaikan dinding
2. Business to consumer (B2C)
  - Lazada — menyediakan fashion, aksesoris, kosmetik, dan elektronik pribadi
  - Blibli — seperti Lazada, namun juga menjual perabotan, perlengkapan anak, peralatan olahraga
  - Shopee — sama seperti Blibli
3. Consumer to consumer (C2C)
  - OLX — menjual berbagai produk, mulai dari keperluan pribadi hingga kendaraan dan peralatan rumah tangga
  - Tokopedia — seperti Shopee, tetapi pembeli juga dapat menemukan barang bekas di sini
  - Kaskus — merupakan forum terbuka, namun tidak jarang digunakan pengguna untuk memasarkan barang bekas
4. Consumer to business (C2B)
  - Freelancer — website di mana pekerja freelance menawarkan keahlian pada bisnis yang membutuhkan
  - Upwork — sama seperti Freelancer
  - iStock — situs untuk bisnis yang membutuhkan foto, video, dan ilustrasi digital untuk penggunaan komersial
5. Business to public administration (B2A)
  - Qlue — menyediakan perangkat lunak untuk membantu kinerja perusahaan dan lembaga pemerintah, termasuk sistem administrasi kendaraan dan aplikasi analitik
  - Accela — membantu pemerintah melakukan administrasi publik dengan konsep software as a service



#### - Perkembangan Ecommerce di Indonesia

Industri ecommerce berkembang sangat pesat di Indonesia belakangan ini. Bahkan, negara kita berada di puncak 10 negara dengan pertumbuhan ecommerce tercepat di dunia.

Pada tahun 2018 sendiri, ecommerce di Indonesia memiliki pertumbuhan 78%. Dari angka pertumbuhan tersebut, 17,7% diantaranya merupakan transaksi pembelian tiket pesawat dan pemesanan hotel. Selain itu, pembelian pakaian dan alas kaki menyumbang 11,9% — sedangkan 10% berasal dari kosmetik dan produk kesehatan. Dinilai dari statistik tersebut, memiliki sebuah situs ecommerce tentunya akan sangat menguntungkan, baik bagi Anda yang sudah memiliki bisnis maupun yang baru akan memulai.

#### - Manfaat Ecommerce

Perkembangan industri ecommerce di Indonesia sangatlah pesat. Dengan banyaknya pelaku bisnis online, Anda tentunya bertanya-tanya, apa saja manfaat ecommerce? Berikut adalah beberapa kelebihan yang bisa Anda dapatkan:

- Jangkauan yang luas — Sebagai pemilik toko konvensional, Anda hanya dapat menjangkau pembeli dari daerah yang sama. Lain halnya jika Anda memiliki sebuah website ecommerce. Dengan demikian, pembeli dari berbagai penjuru negeri dapat melakukan transaksi di toko Anda.
- Tidak dibatasi oleh waktu — Toko di dunia nyata bisa beroperasi selama 24 jam setiap hari, tetapi biaya untuk mendukungnya pun akan sangat besar. Melalui internet, pembeli tetap dapat mengakses dan membeli dari toko walaupun Anda tertidur lelap.
- Biaya yang lebih murah — Biaya operasional lapak online sangat rendah dibandingkan toko berbentuk bangunan. Setidaknya, Anda tidak perlu memikirkan gaji karyawan, sewa bangunan, serta ongkos listrik.
- Tidak perlu stok barang sendiri — Dalam industri ecommerce, Anda bisa menjadi seorang dropshipper. Teknik pemasaran ini memungkinkan Anda



berjualan tanpa memiliki stok barang. Ketika order datang, Anda tinggal meneruskannya kepada produsen barang yang diinginkan. Untuk memahami bisnis dropshipping lebih lanjut, Anda dapat membaca artikel ini.

- Kemudahan mengelola transaksi dan pengiriman — Dengan memiliki toko online, Anda tidak perlu pusing memikirkan cara transaksi dan pengiriman barang. Kini sudah ada berbagai layanan pembayaran elektronik yang dilakukan melalui internet. Selain itu, barang kiriman dapat dilacak secara online.
- Anda mampu mempelajari kebiasaan pelanggan — Menjalankan bisnis online tanpa memahami perilaku pelanggan akan menyia-nyiakan investasi Anda. Saat ini sudah banyak tool analytic yang dapat digunakan untuk mempelajari data toko online Anda, seperti Google Analytics.
- Kerja dari manapun — Seperti yang telah disebutkan sebelumnya, toko online dapat diakses kapanpun. Oleh karena itu, Anda pun dapat menjalankannya dari mana saja asal memiliki perangkat dan koneksi internet yang memadai.

Para penyelenggara ecommerce pun tergabung dalam suatu asosiasi bernama Asosiasi E-commerce Indonesia (idEA).

### C. Marketplace

MarketPlace merupakan bagian bentuk dari ecommece., Marketplace adalah perantara antara penjual dan pembeli di dunia maya. Situs marketplace bertindak sebagai pihak ketiga dalam transaksi online dengan menyediakan tempat berjualan dan fasilitas pembayaran. Bisa dikatakan marketplace adalah deparment store online. jenis-Jenis Marketplace Pada umumnya terdapat dua jenis kerja sama di situs marketplace Indonesia, yaitu marketplace murni dan konsinyasi.

#### - Marketplace Murni

Kerjasama marketplace murni adalah ketika situs marketplace hanya menyediakan lapak untuk berjualan dan fasilitas pembayaran. Penjual yang melakukan kerjasama marketplace diberikan keleluasaan lebih banyak dibandingkan kerjasama konsinyasi.



Penjual berkewajiban untuk menyediakan deskripsi dan foto produk secara mandiri. Selain itu, penjual juga dapat menerima penawaran harga dari pembeli. Jadi sebelum melakukan pembayaran, pembeli dapat melakukan penawaran harga kepada penjual. Setelah mendapatkan harga yang disepakati oleh kedua belah pihak, pembeli bisa mengirimkan sejumlah uang ke rekening yang disediakan marketplace. Contoh marketplace Indonesia yang populer di dengan jenis kerjasama pertama adalah Tokopedia, Bukalapak, Elevenia, Blanja, dan BliBli. Beberapa contoh marketplace dari luar negeri yang populer di Indonesia adalah Shopee (Singapura), Lazada (Singapura), JD.ID (Tiongkok), Amazon (Amerika Serikat), dan Rakuten (Jepang)

#### - Marketplace Konsinyasi

Jenis kerjasama yang kedua adalah konsinyasi atau istilah mudahnya adalah titip barang. Jika penjual melakukan kerjasama konsinyasi dengan situs marketplace, ia hanya perlu menyediakan produk dan detail informasi ke pihak marketplace. Salah satu contoh marketplace yang menyediakan kerjasama konsinyasi adalah Zalora. Contoh marketplace lain yang menggunakan jenis kerjasama ini adalah Berrybenka. Pihak situs marketplace akan mengurus penjualan dari foto produk, gudang, pengiriman barang, hingga fasilitas pembayaran. Berbeda dari jenis kerjasama sebelumnya, di jenis kerjasama ini pembeli tidak bisa melakukan penawaran harga karena alur semua alur transaksi ditangani oleh situs marketplace. Perbedaan mendasarnya terletak pada tanggung jawab penjual dan alur transaksinya. Alur transaksi di marketplace terjadi langsung antara penjual dan pembeli, sedangkan kerjasama konsinyasi semua alur transaksi langsung ditangani situs marketplace.

#### Contoh Marketplace Terbesar di Indonesia

Persaingan marketplace di Indonesia semakin ketat. Pemain-pemain baru dan lama perlu bersaing untuk merebut konsumen Indonesia. Lima besar marketplace di bawah ini semuanya termasuk dalam jenis marketplace murni karena jangkauan pasarnya lebih banyak dan beragam.





#### D. Tokopedia

Tokopedia adalah marketplace yang didirikan oleh William Tanuwijaya pada Februari 2009. Di usia kesepuluhnya Tokopedia berhasil mendapatkan predikat marketplace terbesar di Indonesia dengan jumlah kunjungan per bulan mencapai 137.200.900. Tidak hanya itu, Tokopedia juga termasuk menjadi salah satu startup unicorn Indonesia. Artinya valuasi marketplace ini sudah mencapai lebih dari 1 milyar dollar Amerika.

#### E. Bukalapak

Di posisi kedua ada Bukalapak yang juga menyanggah gelar startup unicorn seperti Tokopedia. Bukalapak adalah marketplace yang didirikan oleh Ahmad Zaky pada 2010 di Bandung, Jawa Barat. Marketplace ini berhasil mengumpulkan 115.256.600 pengunjung per bulan pada awal 2019.

#### F. Shopee

Shopee adalah marketplace asal Singapura yang sejak 2015 mulai mengekspansi pasar Asia Tenggara, termasuk Indonesia. Setelah empat tahun sejak ekspansi Shopee berhasil menjadi marketplace terbesar ketiga di Indonesia. Kunjungan bulanan Shopee mencapai sekitar 74.995.300. Marketplace yang berada di bawah SEA Group ini mampu merebut perhatian konsumen Indonesia dengan kampanye-kampanye kreatifnya yang melibatkan selebritas internasional seperti Blackpink.

#### G. Lazada

Lazada sepertinya mulai kesulitan menghadapi persaingan dengan marketplace lainnya. Awal 2018 Lazada adalah marketplace dengan pengunjung terbanyak. Sayangnya pada 2019 Lazada hanya mampu menduduki peringkat keempat dengan jumlah pengunjung sebanyak 52.044.500 per bulan.

#### H. Blibli

Blibli adalah marketplace hasil buatan PT Global Digital Niaga, anak perusahaan dari Djarum. Marketplace ini berhasil menduduki peringkat kelima dengan jumlah pengunjung sebesar 32.597.200 per bulan.

## I. Online shop

Online shop atau toko online tidak memerlukan perantara. Penjual langsung menjual produknya di platform mandiri kepada pembeli. Jadi tidak ada perantara sama sekali. Berjualan melalui online shop atau toko online menuntut Anda untuk lebih mandiri. Anda perlu membuat website, mengelola pemasaran melalui media sosial, dan langsung berurusan dengan konsumen.

Walaupun begitu, dengan mengelola website toko online sendiri memiliki keuntungan lebih banyak dibanding hanya berjualan melalui marketplace. Terlebih lagi jika Anda sudah mempunyai merek sendiri. Beberapa contoh merek yang sukses membangun online shopnya sendiri adalah Bro.do, Erigo Store, Bukupedia, Babyzania, dan Rabbani.

Pertama, toko online Anda akan lebih dipercaya oleh konsumen. Berdasarkan riset Verisign, 84 persen konsumen lebih percaya kepada toko online yang memiliki website resmi dibanding toko online yang hanya mempunyai laman media sosial. Kedua, toko online akan lebih mudah untuk muncul di hasil pencarian Google. Muncul di hasil pencarian Google ini penting karena 81 persen konsumen melakukan riset melalui mesin pencari terlebih dahulu sebelum membeli produk secara online. Ketiga, mengurangi ketergantungan pada pihak lain, dalam hal ini marketplace. Anda bisa mempelajari bagaimana mengelola website toko online sendiri, bukan sekadar mengelola lapak di pihak lain. Keempat, pada akhirnya Anda akan membutuhkan website toko online sendiri. Jika Anda sedang mengembangkan merek sendiri, website adalah kebutuhan utama dalam branding produk di dunia maya. Kelima, dengan mengelola website toko online sendiri, Anda memiliki toko pusat yang seluruh pengelolaannya di bawah kontrol Anda, bukan pihak lain. Jadi ketika ada masalah atau perubahan kebijakan di marketplace, Anda tidak kelimpungan karena punya toko sendiri.



## J. Pengertian Startup

Startup merupakan perusahaan rintisan, Apa itu startup umumnya merujuk kepada perusahaan yang memang belum lama beroperasi. Sebagian besar dari perusahaan-perusahaan tersebut adalah perusahaan yang baru didirikan sehingga masih ada dalam fase penelitian dan pengembangan untuk mendapatkan target pasar dengan tepat. Istilah apa itu startup sendiri diartikan juga sebagai sebuah perusahaan baru yang sedang dilakukan pengembangan. Yakni mulai berkembang di akhir tahun 1990 sampai tahun 2000. Namun, hingga saat ini istilah apa itu startup cukup diidetikkan dengan segala hal yang berhubungan dengan teknologi, internet, web, atau hal lain yang masih ada dalam ranah tersebut.

Jika Kita kembali menengok ke belakang, nyatanya penggunaan istilah apa itu startup merupakan hal-hal yang berhubungan dengan internet, website, teknologi, dan hal lainnya. Hal ini karena istilah apa itu startup baru mulai populer hingga skala internasional pada era bubble dot-com. Lantas, apa itu bubble dot-com? Adanya bubble dot-com merupakan sebuah periode yang terjadi antara tahun 1998 hingga 2000. Ada banyak perusahaan dot-com yang didirikan hampir bersamaan. Nah, pada saat itulah sedang gencarnya sebuah perusahaan membuka website miliki mereka pribadi. Saat itu pula internet semakin dikenal banyak orang sebagai salah satu ladang baru dalam memulai bisnis. Saat itu pula apa itu startup mulai lahir dan berkembang. Setelah mengetahui banyak informasi mengenai apa itu startup maka ada karakteristik dalam sebuah perusahaan yang memang bisa dikategorikan sebagai startup. Beberapa karakteristik yang dimiliki tersebut antara lain: 1. Tujuan Menolong orang / membantu orang ; 2. Perusahaan memiliki pendapatan kurang dari \$ 100.000 per tahunnya ; 3. Usia perusahaan kurang dari 3 tahun 4. Jumlah pegawai yang ada kurang dari 20 orang 5. Perusahaan masih dalam tahap berkembang 6. Umumnya perusahaan beroperasi melalui website 7. Perusahaan beroperasi dalam bidang teknologi 8. Produk yang dihasilkan berupa aplikasi berbentuk digital Beberapa karakteristik di atas memang terlihat lebih cenderung tertuju pada perusahaan yang bergerak dalam bidang web dan teknologi. Hanya

saja kenyataannya memang demikian, saat ini perkembangan perusahaan yang memiliki embel-embel startup merupakan sebuah perusahaan yang berhubungan dengan bidang online dan juga teknologi.

#### - Perkembangan Start Up

Dengan banyaknya pengguna internet yang ada, cukup menjadikan peluang bagi para pendiri startup dalam mengembangkan bisnis mereka. Dengan begitu, mereka bisa memperoleh keuntungan yang cukup besar. Para pendiri startup sendiri tentunya akan berusaha dalam memberikan kemudahan layanan bagi setiap pengguna internet. Hal ini termasuk dalam pelayanan yang bersifat jasa atau pelayanan dalam menjual produk.

Terlebih lagi dengan adanya smartphone yang berbasis Android bisa membuat masyarakat lebih sering memakai internet. Dengan begitu startup mana yang tidak tergiur atas adanya peluang ini. Sehingga jangan heran jika ada banyak perusahaan yang berlomba-lomba dalam membuat startup dengan pelayanan yang baik.

Di bawah ini merupakan beberapa startup yang berkembang di Indonesia. Perkembangan ini tak lain karena peluang pasar yang masih besar. Adapun beberapa jenis startup dengan perkembangannya yang cukup pesat yakni:

##### 1. Startup game

Merupakan salah satu jenis startup yang memiliki perkembangan sangat pesat. Hal ini tak lain karena peluang pasar dan peminat game yang juga besar. Terlebih peminat game tersebut tidak mengenal dengan adanya ekonomi yang sulit. Dengan begitu, membuat para peminat game tersebut selalu ada.

##### 2. Startup edukasi

Edukasi atau pendidikan adalah sebuah kebutuhan yang tidak bisa tergantikan. Startup yang satu ini juga tergolong sebagai salah satu jenis startup yang memiliki perkembangan pesat. Adapun peminatnya berasal dari berbagai kalangan. Dengan begitu tak heran jika pangsa pasarnya bisa terbilang cukup besar. Misalnya saja sebuah startup yang menyediakan berbagai macam

informasi. Mulai dari kisah inspiratif, motivasi, dan lain sebagainya. Tentunya edukasi ini sendiri sangat bernilai informatif untuk setiap pelanggan.

### 3. Startup perdagangan atau e-commerce

Jika dahulunya seseorang harus keluar rumah berjam-jam untuk membeli barang yang diinginkan. Maka seiring perkembangan yang ada hal tersebut bisa terbantahkan. Pasalnya, jenis startup perdagangan atau e-commerce ini memungkinkan pengguna internet tidak perlu lagi keluar rumah jika ingin membeli barang-barang yang diinginkan. Dengan adanya startup jenis ini maka setiap orang bisa berbelanja secara online tanpa perlu susah payah pergi ke pusat perbelanjaan.

Ketiga jenis startup di atas tentunya mempunyai peluang yang cukup besar dan potensial di Indonesia. Perkembangan dari ketiga jenis startup tersebut juga sebenarnya tidak lepas dari beberapa faktor yang mempengaruhinya. Diantaranya seperti masyarakat yang semakin terbuka atas adanya perkembangan teknologi, jumlah penduduk yang semakin banyak, serta dukungan para investor ataupun pemerintah dalam memberikan modal usaha.

Memang mendirikan sebuah startup memerlukan sejumlah modal yang sebagiannya perlu didukung dengan merek dan hak cipta sebagai tanda penghargaan ataupun inovasi yang dibuat. Selain itu, hal ini juga demi menjaga merek startup agar tidak mudah dijiplak oleh orang lain.

- Beberapa Istilah Penting dalam Start up:

Berikut ini merupakan beberapa istilah yang biasanya ada dalam dunia start-up:

#### 1. Co-working Space

Co-working space merupakan ruang perkantoran untuk para pekerja mandiri dan startup. Co-working space ditempati dan digunakan bersama-sama oleh para penggunanya untuk bekerja, dengan biaya sewa yang lebih terjangkau, Co-working space menjadi pilihan beberapa startup karena dapat menghemat biaya operasional untuk tempat kerja.



2. Inkubator  
Inkubator merupakan program yang memfasilitasi startup baru untuk berkembang. Inkubator pada umumnya memberikan startup binaannya berupa ruang kerja, pendanaan, dan pelatihan dari mentor profesional, selama periode inkubasi. Untuk program inkubasi sendiri biasanya sekitar satu hingga tiga bulan lamanya.
3. Akselerator  
Fungsi dari akselerator sendiri pada dasarnya mirip dengan fungsi inkubator. Bedanya akselerator berfokus dengan perusahaan startup yang siap untuk berkembang. Sedangkan akselerator ini akan membantu startup tersebut untuk mempertinggi pertumbuhan bisnisnya. Jadi, akselerator akan menyediakan fasilitas untuk startup selama beberapa bulan saja. Selama program berlangsung, startup diberikan pelatihan untuk mengembangkan idenya dan bisa mempromosikan idenya itu kepada investor agar mendapatkan dukungan modal.
4. Venture Capitalist  
Venture capitalist adalah istilah dalam dunia startup untuk investor yang melakukan investasi pada sebuah venture capital, di mana investasinya diberikan untuk startup yang potensial.
5. Venture Capital  
Venture Capital atau VC adalah perusahaan investasi yang mendapatkan dan mengumpulkan pendanaan dari para konglomerat dan institusi dengan maksud untuk memberikan penyertaan modal kepada startup. Nantinya, VC akan mendapatkan sejumlah saham dari startup yang diberikan modal.
6. Angel Investor  
Angel investor adalah orang pribadi yang berinvestasi pada sebuah startup dengan menggunakan uangnya sendiri. Umumnya, seorang angel investor akan menganggap dana tersebut merupakan hutang atau kepemilikan saham. Yang perlu Anda ketahui adalah, mereka yang melakukan investasi pada awal pembentukan startup tersebut ialah orang yang biasanya akan menanamkan uangnya untuk investasi ketika startup tersebut mulai sukses atau menunjukkan perkembangannya.
7. Seed Funding

Seed yang berarti biji dalam bahasa Indonesia ini memang sesuai dengan namanya, seed funding merupakan keadaan di mana startup untuk pertama kalinya mendapatkan pendanaan tahap awal. Biasanya, besaran dana yang didapatkan berkisar Rp 500 juta sampai Rp 1,5 miliar. Biasanya, seed funding ini digunakan perusahaan startup sebagai bukti bahwa ide bisnis startupnya dapat berjalan sebelum nantinya mencari pendanaan dan serta mendapatkan pendanaan tahap yang lebih lanjut.

8. Valuasi

Valuasi adalah nilai ekonomi dari sebuah startup yang ditentukan atas persetujuan founder dan investor. Nilainya diukur berdasarkan besaran potensi bisnis yang dimiliki perusahaan, bukan sekadar total pendanaan yang diraih.

9. Unicorn

Unicorn adalah sebutan untuk startup yang mempunyai nilai valuasi mencapai lebih dari 1 miliar dolar Amerika Serikat. Istilah ini diambil dari kuda mitologi Unicorn yang status keberadaannya terbilang sangat langka atau hampir mustahil. Sebab, memang sangat jarang startup yang berhasil menjadi unicorn.

10. Decacorn

Decacorn adalah sebutan untuk startup yang mempunyai nilai valuasi mencapai lebih dari 10 miliar dolar AS. Istilah ini dibuat setelah munculnya berbagai startup yang sukses menjadi unicorn, sehingga terciptalah sebutan untuk startup di tingkat atasnya.

11. Hectocorn

Hectocorn adalah sebutan untuk perusahaan rintisan atau startup yang mempunyai nilai valuasi mencapai lebih dari USD 100 miliar. Contoh: Apple, Facebook, Google, dan Microsoft.

12. ROI

ROI atau Return of Investment adalah fase di mana besaran keuntungan yang dicapai oleh startup sudah melebihi biaya investasi. Biaya pengeluaran dan pendapatan sudah seimbang, sehingga mencapai titik impas atau break event point (BEP).

13. Burn rate

Merupakan istilah yang digunakan untuk besarnya uang yang dihabiskan untuk mendanai startup tersebut selama startup belum mendatangkan profit.



14. Bootstrapping

Merupakan suatu keadaan ketika startup tersebut kekurangan modal sehingga pebisnis tersebut mendanai startupnya sendiri.

15. Pivot

Pivot adalah istilah untuk startup yang mengubah rencana bisnisnya karena ide bisnis yang dijalankan kurang baik atau tidak diterima oleh pasar. Namun, perubahan yang dilakukan masih sesuai dengan ide dan tujuan awal startup itu diciptakan.

16. Exit

Exit ada dua pengertian. Pertama, exit yang buruk, yakni jika startup berakhir gagal dan akan tutup. Kedua, exit yang baik, yakni jika startup sudah siap merge dan akuisisi dengan perusahaan lain atau meluncur ke pasar saham.

17. Versi Beta

Biasanya, startup akan merilis software, aplikasi, atau website yang versi beta terlebih dahulu. Ini bertujuan untuk pengenalan dan meminta respons dari konsumen, karena produk baru yang diluncurkan masih untuk eksperimen, sebelum versi final yang sebenarnya akhirnya disahkan.

18. Initial Public Offering/ IPO

Adalah istilah yang digunakan ketika startup pertamakali memperjualkan saham di bursa saham. Yang perlu anda ketahui adalah, istilah ini tidak hanya digunakan pada startup tetapi juga pada bisnis lainnya.

19. Merge & Acquisition (M&A)

Merge merupakan istilah ketika dua startup menggabungkan dirinya menjadi satu dimana biasanya dalam hal ini salah satu startup dibeli asetnya. Sedangkan Acquisition ialah pengambilan alih semua otoritas perusahaan dengan membeli seluruh aset suatu startup.

Selain itu juga ada beberapa istilah yang menunjang struktur organisasi pendirian startup, seperti :

1. Founder

Pengertian Founder adalah suatu posisi jabatan bagi orang pertama atau beberapa orang yang mencetuskan ide atau mendirikan sebuah perusahaan. Founder umumnya menggali ide melalui pikirannya sendiri, kemudian membuat rencana, strategi, hingga aplikasi dan kontrol di lapangan. Bahkan visi dan misi perusahaan pun telah ia siapkan sebelum

perusahaanya terjun dan berubah menjadi perusahaan yang sangat besar. Salah satu founder yang sukses dan cukup terkenal adalah Jack Ma, Steve Wozniak, Steve Jobs hingga Bill Gates. Contoh kalimat yang menggunakan kata founder antara lain:

- a. Pendiri (Founder) sebuah bisnis kecil seringkali diharuskan untuk memenuhi berbagai peran yang berbeda agar perusahaan dapat beroperasi dengan lancar.
- b. If you are lucky enough to be the founder of a company that really takes off then you should make a lot of money.

## 2. Co-Founder

Co-Founder adalah seseorang atau beberapa orang atau pihak yang membantu pendiri usaha (founder) dalam mendirikan perusahaan. Baik dari berbagi ide, saran, kritik, hingga sumber daya untuk tujuan usaha yang terbaik. Contoh Co-Fonder yang terkenal adalah Eduardo Saverin, Dustin Moskovitz.

## 3. Owner

Owner adalah pihak atau seseorang yang mempunyai hal eksklusif untuk menggunakan, memiliki, mengambil manfaat, menikmati, mentransfer, menyampaikan, dan membuat properti atau aset. Jika di dalam bahasa Indonesia maka arti Owner adalah pemilik. Contoh kalimat menggunakan kata owner (pemilik) antara lain:

- a. Setelah bertahun-tahun bekerja, Agus terheran-heran menatap restoran barunya karena dia tidak percaya dia adalah pemiliknya (Owner).
- b. When you are the owner it is important that you know what is going on with all aspects of your business.

## 4. CEO

Chief Executive Officer atau disingkat CEO adalah eksekutif dengan posisi jabatan tertinggi dalam sebuah perusahaan. Artinya CEO merupakan orang yang bertanggung jawab termasuk dalam membuat keputusan, mengelola sumber daya dan/atau operasi perusahaan. Ia bertindak sebagai titik utama komunikasi antara dewan direksi dengan operasional perusahaan dan menjadi public image sebuah perusahaan. Seorang CEO dipilih oleh pemegang saham dan jajaran dewan direksi. Contoh CEO yang terkenal adalah CEO Go-Jek yaitu Nadiem Makarim yang pada Oktober 2019 digantikan oleh Andre Soelistyo dan Kevin Aluwi.

Tugas CEO

- Membuat rencana dan mengelolga SDM (Sumber Daya Manusia) di dalam sebuah perusahaan.
- Menganalisis setiap fungsional sistem di dalam perusahaan.
- Merencanakan anggaran keuangan, marketing untuk perusahaan.

- Mengelola perusahaan sebagai inti untuk mencapai tujuan dan target perusahaan.
- Menciptakan strategi bisnis yang berpatokan dengan visi misi perusahaan.
- Menganalisis seluruh permasalahan yang hadir di setiap divisi perusahaan.
- Sebagai wajah perusahaan, seorang CEO harus menampilkan keunggulannya.
- Memimpin perusahaan, mematuhi peraturan, kebijakan yang berlaku di dalamnya.
- Memonitoring nilai kerja seluruh bawahannya.
- Berhak mengambil keputusan atau menyetujui anggaran tiap tahun atau per kuartal.
- Membuat dan memberikan laporan secara lengkap dan rinci kepada pemegang saham dan/atau stakeholder.

#### 5. CTO

Chief Technology officer (CTO) adalah eksekutif yang bertanggung jawab atas kebutuhan teknologi organisasi serta penelitian dan pengembangannya. Juga dikenal dengan sebutan chief technical officer, posisi ini bertugas meneliti kebutuhan jangka pendek dan jangka panjang dari sebuah perusahaan atau organisasi. Seorang CTO akan menggunakan modal untuk melakukan investasi yang dirancang untuk membantu perusahaan mencapai tujuannya. CTO biasanya memberikan laporan langsung kepada CEO.



Gambar 5.2 CTO Bukalapak

6. COO

Chief Operating Officer disingkat COO adalah tangan kanan untuk CEO perusahaan. Atau bisa dikatakan “pembantu yang sangat terpercaya” CEO. Dengan demikian, ia memainkan peran yang sangat penting dalam keberhasilan operasional perusahaan. COO dan CEO akan bersama-sama menentukan visi untuk masa depan perusahaan dan cara memimpin ke depan. Dengan dukungan CEO dan dewan direksi, COO biasanya akan memimpin pelaksanaan strategi perusahaan, dan pada akhirnya akan bertanggung jawab atas kinerjanya.



**Gambar 5.3 .Willix Halim COO Bukalapak**

INABA

7. CMO

Chief Marketing Officer (CMO) adalah posisi jabatan di dalam perusahaan yang memiliki daftar tujuan yang jelas, tugas CMO sekarang mencakup seperti pengalaman pengguna (user experience) dan akuisisi pelanggan, implementasi teknologi, dan banyak hal lainnya.





Gambar 5.4 Piotr Jakubowski Eks CMO Go-Jek – Kumparan

#### 8. CFO

Chief Financial Officer disingkat CFO adalah salah satu posisi eksekutif di dalam perusahaan yang memiliki tanggung jawab utama dalam perencanaan, implementasi, mengelola dan menjalankan semua alur keuangan perusahaan. Termasuk perencanaan anggaran, bisnis, estimasi dan negosiasi. Deskripsi pekerjaan CFO juga harus diperluas untuk mendapatkan dan mempertahankan hubungan investor dan kepatuhan kemitraan.







Gambar 5.5 CFO Bukalapak

9. Data analyst



Gambar 5.6 Data analisis Gojek

Posisi data analisit akan terdiri dari beberapa bagian seperti Dari Jabatan Pekerjaan Analis Data, Analis Data Senior, Analis Data Klinik, Analis Data (Part-Time), dan Analis Kuantitatif.

#### K. Pengertian Teknoprenour

##### 1. Pengertian Teknoprenour

Technopreneur adalah gabungan dari dua kata yaitu Technology dan Entrepreneur. **TECHNOPRENEUR** atau teknopreneur merupakan bagian dari ekonomi kreatif, ekonomi digital, bisnis online, dan tentu saja bagian dari entrepreneur. Blogpreneur juga termasuk teknopreneur. Sedangkan menurut pengguna Wikipedia, teknologi (Bahasa Inggris: technology) artinya keseluruhan sarana untuk menyediakan barang-barang yang diperlukan bagi kelangsungan dan kenyamanan hidup manusia. Sedangkan entrepreneur (Bahasa Indonesia: wiraswasta) menurut Pengguna Besar Bahasa Indonesia



(KBBI) berarti orang yang melakukan aktivitas wirausaha dicirikan dengan pandai atau berbakat mengenali produk baru, menentukan cara produksi baru, menyusun operasi untuk pengadaan produk baru, memasarkannya, serta mengatur permodalan operasinya.

Menurut seorang pakar, mereka yang disebut technopreneur adalah seorang 'Entrepreneur Modern' yang berbasis teknologi. Inovasi dan kreativitas sangat mendominasi mereka untuk menghasilkan produk yang unggulan sebagai dasar pembangunan ekonomi bangsa berbasis pengetahuan (Knowledge Based Economic). (Nasution, Arman Hakim et al, 2007).

"A technopreneur is an entrepreneur who is technology savvy, creative, innovative, dynamic, dares to be different and take the unexplored path, and very passionate about their work. They take challenges and strive to lead their life with greater success. They don't fear to fail. They take failure as a learning experience, a stimulator to look things differently and stride for next challenge. Technopreneurs continuously go through an organic process of continual improvement and always try to redefine the dynamic digital economy".

Jadi, dari penjelasan tersebut secara sederhana definisi technopreneur adalah wirausaha yang menjalankan bisnisnya dengan basis teknologi. Dengan kata lain Technopreneur adalah entrepreneur yang mengoptimalkan berbagai potensi perkembangan teknologi yang ada sebagai basis pengembangan usaha yang dijalankannya, atau bisa dibilang Technopreneur ini adalah entrepreneur modern yang berbasis pada teknologi dalam menjalankan usahanya (<http://novasuparmanto.com/apa-itu-technopreneur-definisi-technopreneur/>).

Seorang technopreneur dan enterpreneur, mampu melihat peluang yang ada di sekitar mereka. Dan jika kita sadari, kini mulai bermunculan para entrepreneur yang memanfaatkan teknologi sebagai rekan baru dalam mendukung bisnis mereka, kondisi ini memunculkan sebuah istilah baru yakni Technopreneur. Keduanya memiliki persamaan yaitu peduli profit. Namun seorang technopreneur juga harus peduli teknologi. Bentuk kepeduliannya itu bisa

berupa pengembangan ide-ide invensi yang ada menjadi solusi teknis teruji melalui riset-riset.

Technopreneur diartikan sebagai suatu peluang usaha yang memanfaatkan teknologi yang ada saat ini. Pada era Globalisasi saat ini perkembangan teknologi informasi berkembang sangat pesat dan juga dalam bidang ekonomi, pertumbuhan ekonomi yang sangat pesat pula menuntut para pengusaha untuk selalu mengupgrade usahanya untuk lebih baik dan bersaing secara ketat, baik dalam skala nasional maupun internasional. Kondisi ini pun mendorong industri menggunakan sumber daya manusia lulusan perguruan tinggi yang kompeten dan memiliki jiwa wirausaha.

Kewirausahaan merupakan suatu hal yang bisa dipelajari dan diajarkan. Proses pembelajaran yang merupakan inkubator bisnis berbasis teknologi (technopreneur) ini dibuat untuk usaha mensinergikan teori (20%) dan praktek (80%) dari berbagai kompetensi bidang ilmu yang diperoleh dalam bidang teknologi dan industri.

Indonesia sangat membutuhkan banyak technopreneur atau entrepreneur untuk bisa bersaing dengan negara-negara maju maupun berkembang di dunia. Namun kenyataannya hanya sebagian kecil lulusan perguruan tinggi yang memiliki jiwa kewirausahaan, maka lulusan perguruan tinggi dituntut untuk tidak hanya sebagai pencari kerja, namun juga harus mampu sebagai pencipta kerja.

Proses globalisasi saat ini menuntut perubahan perekonomian Indonesia dari resource based ke knowledge based. Resource based adalah mengandalkan kekayaan dan keragaman sumber daya alam yang umumnya menghasilkan nilai tambah kecil. Knowledge based economy tercipta salah satunya karena adanya technopreneur (technology entrepreneurs) yang merintis bisnis baru yang menekankan pada suatu inovasi. Salah satu contoh technopreneur adalah hightech business yang saat ini didominasi oleh teknologi informasi, bioteknologi dan usaha lainnya yang berbasis inovasi teknologi.

Dalam wirausaha, hal yang sangat dibutuhkan pengusaha dalam meningkatkan kualitas usahanya yaitu dengan adanya suatu penguasaan teknologi karena teknologi akan memberikan nilai tambah pada proses, produk, maupun keseluruhan sistem produksi. Teknologi dibutuhkan untuk mendapatkan kenyamanan, kemudahan, produktifitas, efesiensi, keringanan, dan kecepatan. Beberapa tokoh technopreneur yang ada di dunia adalah Bill Gates, Michael Dell, Frederick smith, dan sim wong hoo.

## 2. Jenis Usaha Technopreneur

Dalam Buku Technopreneurship (2008) disebutkan, usaha yang meliputi seseorang technopreneur antara lain pengelola yang bergerak dibidang pembuatan HP, Smartphone, gadget, laptop, dan alat teknologi canggih lainnya. Marketplace seperti Bukalapak dan e-ticketing Traveloka juga sering menjadi contoh produk technopreneur, selain Gojek, Tokopedia, dan sejenisnya.

Di level global, contoh sosok technopreneur sukses antara lain Mark Zuckerberg, Eduardo Saverin, Dustin Moskovitz, dan Chris Hughes merancang dan mengembangkan teknologi jaringan sosial yang berbasis web Facebook.

Steve Chen, Chad Hurley, dan Jawed Karim merancang dan mengembangkan YouTube sebagai media sosial berbagi video. Bill Joy merancang dan mengembangkan Sun Microsystem.

Bill Gates merancang dan mengembangkan Microsoft. Jeff Bezos merancang dan mengembangkan sistem penjualan buku secara online yang diberi nama Amazone.

Di Indonesia, sosok yang dikenal sebagai technopreneur antara lain Andrew Darwis (Kaskus), Nadiem Markarim (Gojek), dan Achmad Zaky (Bukalapak).

## 3. Proses menjadi

Founder Hero Soft Media, Hero Wijayadi, dalam sebuah Seminar tentang Creativepreneur di Yogyakarta memberikan kunci 3P+2P yang harus dimiliki

di awal pengembangan usaha berbasis technopreneur, yaitu Place, Program, dan People.

“Place berarti wadah untuk membangun usaha. Jadi bukan dimaknai dengan tempat saja. Program, harus merencanakan program ke depannya. Dan yang paling penting adalah people. Untuk membangun bisnis berbasis teknologi, kita butuh minimal 3 orang, yakni hacker, hipster, dan hustler,”.

- Hacker adalah seseorang yang memiliki keahlian dalam koding, programmer, dan web developer.
- Hipster adalah seorang desainer, dan aktif di media sosial.
- Hustler adalah seorang yang memiliki tipikal komunikatif, suka membangun jaringan, kerjasama dan berjualan.

“Setelah 3P terpenuhi, baru 2P yaitu Problem dan Product. Kita menganalisis apa masalah yang ada di sekitar kita dan apa peluang yang bisa kita ciptakan dari masalah tersebut. Karena setiap masalah pasti ada peluang, misalnya saja tidak akan ada warung makan jika tidak ada orang lapar. Baru setelah kita menemukan masalah, kita membuat produk yang tepat untuk dapat menyelesaikan masalah tersebut,” tutup Hero.

Cara menjadi technopreneur juga bisa disimak di laman Liputan6. Disebutkan, technopreneur berarti membuat usaha dan bisnis yang berbasis pada teknologi dan industri.

Munculnya start up yang dibuat oleh para technopreneur berfungsi untuk menambah lapangan kerja baru. Selain itu, adanya technopreneur juga dapat meningkatkan sektor industri dalam negeri sehingga bangsa Indonesia bisa tak selalu bergantung dengan produk asing.

Ada tiga hal yang dibutuhkan untuk jiwa-jiwa entrepreneur, mulai dari knowledge (pengetahuan), skill (kemampuan), dan attitude (sikap).



Pengetahuan akan mudah didapatkan oleh generasi muda saat ini yang cepat beradaptasi dengan teknologi. Hal yang tak mudah didapatkan ialah sikap atau attitude.

Sikap yang diperlukan untuk menjadi jiwa technopreneur, tak bisa diajarkan di bangku kuliah atau semacamnya, melainkan dididik dari sejak lama. Seorang technopreneur memiliki sikap pantang menyerah, optimistis, tekun, dan disiplin.

Kepribadian technopreneur juga digambarkan McClelland dalam konsep Need for Achievement (N-Ach) yang diartikan sebagai virus kepribadian yang menyebabkan seseorang ingin selaluberbuat lebih baik dan terus maju, selalu berpikir untuk berbuat yang lebih baik, dan memiliki tujuan yang realistis dengan mengambil risiko yang benar-benar telah diperhitungkan.

Seseorang yang memiliki N-Ach tinggi biasanya lebih menyukai situasi- situasi kerjayang dapat mereka ketahui apakah akan mengalami peningkatan/kemajuan atau tidak. Uang bagi mereka bukanlah tujuan.

Unsur–unsur penunjang technopreneur antara lain faktor soft skill yang dianggap penting bagi seseorang untuk berhasil dalam melewati fase start-up bisnis.

Fase start – up bisnis dianggap sebagai fase awal yang sangat menentukan keberanian dalam mengimplementasikan spirit technopreneur.

Keterampilan soft skill dan hard skill yang dibutuhkan (urutan menunjukkan prioritas) dalam melakukan start – up bisnis adalah :

- a. Kemampuan Komunikasi
- b. Aspek Keteknikan
- c. Pembuatan Bisnis Plan
- d. Ketrampilan Teknis
- e. Memanajemen dan Memotivasi Orang Pengalaman yang bisa membantu technopreneur dalam melakukan set up bisnis (urutan menunjukkan prioritas) adalah :



- a. Mengikuti proyek bisnis (magang)
- b. Mengikuti training
- c. Public Speaking
- d. Mengorganisasi Event.

#### L. Digital Marketing

Digital marketing dapat dijadikan usaha baru atau profesi baru. Sekarang apakah yang dimaksud dengan digital marketing itu. Digital Marketing atau Pemasaran secara digital bisa didefinisikan sebagai semua upaya pemasaran menggunakan perangkat elektronik/internet dengan beragam taktik marketing dan media digital dimana pengguna dapat berkomunikasi dengan calon konsumen yang menghabiskan waktu di online. Ada beragam akses untuk para calon konsumen agar dapat melihat penawaran, seperti Website, Blog, Media sosial (Instagram, Whatsapp, Line, dsb). Dari beberapa akses itulah mereka akan berkomunikasi kepada pemarketing. Digital marketers (pemasar digital) terbaik adalah yang memiliki gambaran jelas tentang bagaimana setiap kampanye digital marketing yang dia miliki mendukung tujuan penawarannya. Bergantung pada tujuan strategi pemasaran mereka, digital marketer dapat membuat kampanye yang lebih besar melalui media gratis ataupun berbayar yang dia miliki. Misalnya, seorang content marketer (pembuat konten) biasanya dapat membuat serangkaian postingan blog yang berfungsi untuk mengajak. Social media marketer (pengelola sosial media) berfungsi membantu mempromosikan postingan blog melalui pos berbayar dan organik (tidak berbayar) di akun media sosial. Tugas email marketer adalah membuat email campaign untuk dikirimkan kepada calon customer agar tertarik dengan penawaran yang ditawarkan. Berikut ini ulasan singkat tentang beberapa taktik pemasaran digital yang cukup umum dan media yang terlibat dalam masing-masing pemasaran.

#### M. Search Engine Optimization (SEO)

Ini adalah proses mengoptimalkan situs web Anda untuk mendapat “peringkat” lebih tinggi di halaman hasil mesin pencari, sehingga meningkatkan jumlah traffic organik



(atau tidak berbayar) yang diterima situs web Anda. Media FF yang bermanfaat dari SEO meliputi:

- a. Website
- b. Blogs
- c. Infografis

#### N. Konten Marketing

Istilah ini menunjukkan pembuatan dan promosi aset konten untuk tujuan menghasilkan brand awareness, pertumbuhan traffic, perolehan prospek, dan pelanggan. Media yang dapat digunakan untuk strategi konten pemasaran kamu termasuk:

- a. Postingan Blog
- b. Ebook dan Artikel
- c. Infografis
- d. Brosur Online

#### O. Sosial Marketing

Dalam prakteknya adalah mempromosikan merek dan konten Anda di media media sosial untuk meningkatkan brand awareness, mengendalikan traffic, dan menghasilkan prospek untuk bisnis Anda. Media yang dapat Anda gunakan dalam pemasaran media sosial meliputi:

- a. Facebook
- b. Twitter
- c. LinkedIn
- d. Instagram
- e. Snapchat
- f. Pinterest
- g. Google+

#### P. Pay-Per-Klik (PPC)

PPC adalah metode untuk mengarahkan traffic ke web Anda dengan membayar setiap klik. PPC yang umum digunakan adalah Google AdWords, yang memungkinkan Anda



membayar, dan mendapatkan slot teratas pada pencarian Google dengan harga “per klik”. Media lainnya yang bisa Anda gunakan untuk menjalankan PPC yaitu :

- a. Facebook Ads
- b. Tweet promosi Twitter
- c. Pesan Sponsor LinkedIn

#### Q. Affiliate Marketing

Sebuah jenis iklan dimana Anda dapat mempromosikan penawaran atau layanan orang lain di situs web Anda. Ada beberapa aplikasi Affiliate Marketing yaitu:

- 1. Hosting video ads dengan Youtube,
- 2. Mengupload Link affiliate

#### R. Native Ads

Native Ads mengacu pada iklan utama berisikan konten yang ditampilkan pada platform media bersama konten non-berbayar lainnya. Salah satu Postingan yang disponsori BuzzFeed contoh yang bisa Anda ikuti, tetapi banyak juga orang yang menganggap iklan di media sosial diragukan “keasliannya”- iklan Facebook dan iklan Instagram,dsb.

#### S. Otomatisasi pemasaran

Otomatisasi pemasaran mengacu pada perangkat lunak yang berfungsi untuk mengotomatisasi operasi pemasaran dasar Anda. Banyak departemen pemasaran dapat mengotomatiskan tugas-tugas berulang yang seharusnya mereka lakukan secara manual, seperti:

- 1. Susunan postingan sosial media
- 2. Mengupdate daftar kontak
- 3. Memimpin alur kerja
- 4. Laporan campaign

#### T. Email Marketing

Beberapa perusahaan menggunakan email marketing sebagai jembatan untuk berkomunikasi dengan customer. Email sering digunakan untuk mempromosikan konten, potongan harga dan sebuah acara. Serta mengarahkan calon customer untuk

mengunjungi website Anda. Ada beberapa tipe email yang bisa Anda gunakan untuk melakukan campaign email marketing, yaitu:

- a. Pengikut bulletin blog
- b. Menindaklanjuti email pengunjung website yang mengunduh sesuatu
- c. Email sapaan untuk customer
- d. Promosi liburan untuk program pendapatan member
- e. Tips atau email yang serupa untuk pengasuhan konsumen

Digital marketer bertanggung jawab untuk mengangkat brand (brand awareness) dan mengumpulkan data customer (lead generation) melalui semua media gratis dan berbayar yang digunakan. Media ini termasuk media sosial, situs web Anda, Google, email, iklan. Digital marketer biasanya berfokus untuk membuat cara kerja atau sistem kerja pemasaran dengan sistem digital/online. Digital marketer yang bertanggung jawab atas SEO, misalnya, mengukur “traffic organik (pengunjung yang datang ke web anda tanpa berbayar)” situs web Anda dari jumlah pengunjung situs web yang berkunjung ke halaman situs web Anda melalui pencarian. Digital marketing terbagi oleh beberapa peran marketing, pada perusahaan kecil atau besar memerlukan peran masing – masing digital marketing. Jadi ada Beberapa peranan yang ada di Digital marketing yaitu:

- a. Manager SEO

Singkatnya, manajer SEO memiliki Goal untuk meningkatkan peringkat website Anda di Google. Menggunakan berbagai pendekatan untuk mengoptimalkan peringkat di mesin pencarian, orang ini mungkin bekerja secara langsung dengan pembuat konten untuk memastikan konten yang mereka hasilkan berkinerja dengan baik di Google – bahkan jika perusahaan juga mengupload konten ini di media sosial.

- b. Spesialis Konten Marketing

Spesialis konten marketing adalah pencipta dari konten digital. Dimana membuat konten yang menarik agar penawaran Anda bisa diminati oleh calon customer. Konten tersebut bisa berupa tulisan, gambar, hingga video.

c. Manager Sosial Media

Tugas sebagai Manager Sosial Media yaitu mengembangkan strategi untuk mengupload konten pada media sosial hingga berkomunikasi secara langsung kepada calon customer. Mulai dari menyebarkan artikel, video hingga apapun yang memang dibutuhkan calon customer. Manager media sosial biasanya bekerja sama dengan spesialis konten marketing. Cara kerjanya dimana yang membuat konten adalah tim spesialis konten marketing sedangkan untuk menyebarkan konten yang bertugas adalah manager media sosial.

d. Koordinator Otomatisasi Pemasaran

Koordinator otomatisasi pemasaran membantu untuk memilih dan mengelola perangkat lunak yang memungkinkan seluruh tim pemasaran memahami perilaku calon customer Anda dan mengukur pertumbuhan bisnis Anda. Karena banyak operasi pemasaran yang dapat dijalankan secara terpisah dari satu dengan yang lain, penting bagi Anda untuk menjadi seseorang yang dapat mengelompokkan aktivitas digital ini ke dalam campaign individu dan melacak setiap kinerja campaign.

UNIVERSITAS  
INABA

