

rev bis

by Agung LPPM STIE Sultan

Submission date: 01-Jun-2020 01:46AM (UTC+1000)

Submission ID: 1299914304

File name: cek_final-chapter_VI-Model_Dan_Revolusi_Bisnis-.docx (215.03K)

Word count: 4933

Character count: 32910

Chapter 6

MODEL DAN REVOLUSI BISNIS

Robert Tua Siregar

STIE Sultan Agung, Indonesia

ABSTRAK

Persaingan usaha pada era saat ini semakin ketat, dan perkembangan yang pesat untuk mampu bertahan para pengusaha dituntut untuk menciptakan peluang baru. Permintaan pelanggan juga semakin beraneka ragam, hal tersebut membuat pengusaha harus menciptakan inovasi dalam memenuhi permintaan yang bervariasi. Dengan demikian para pengusaha harus menyusun rencana dengan menerapkan teknik-teknik dengan menerapkan model bisnis yang sesuai dengan keadaan pasar demi mencapai tujuan yang direncanakan. Selain itu cara yang dilakukan untuk bertahan dan mencapai tujuan dengan melakukan analisis data perusahaan mengenai permintaan konsumen dan model bisnis yang diterapkan. Informasi yang diperoleh tersebut digunakan dalam pengambilan kebijakan yang akan dilakukan. Para era saat ini pengambilan menggunakan praduga tidak efektif lagi maka perlu data yang akurat guna penambilan keputusan, seperti halnya dalam menentukan harga jual produk karakteristik pelanggan.

Kata Kunci: Model Bisnis, Bisnis Intelektual, Revolusi Bisnis, Making Indonesia 4.0

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia usaha sering dengan perkembangan teknologi yang digunakan dalam usaha tersebut, dewasa ini dunia usaha tidak dapat dilepaskan dari teknologi. Teknologi digunakan guna mendukung bisnis itu sendiri maka bisnis dan teknologi mengalami perkembangan yang pesat hampir secara bersamaan. Dengan Masuknya perkembangan global menjadi dampak kepada setiap dunia bisnis, baik itu berdampak yang menguntungkan atau sebaliknya. Saat dahulu dunia usaha dilakukan dengan cara sederhana, sekarang dunia usaha terdiri dari beberapa kegiatan yang menunjang usaha tersebut. Dewasa perkembangan dibagian perbisnis sangat mendominasi sistem perekonomian di dunia. Masuknya pengaruh bisnis dan teknologi tersebut secara global turut mempengaruhi perkembangan bisnis di Indonesia.

Saat ini keberhasilan dalam melaksanakan usaha harus didukung dengan penggunaan teknologi, seperti penggunaan dunia digital dalam melakukan pemasaran produk yang dihasilkan. Dengan menggunakan teknologi yang berkembang saat ini maka pengusaha dapat menciptakan pasarnya sendiri. Pada bab ini menjelaskan tentang perkembangan bisnis. Tulisan ini mencoba untuk menjelaskan mengenai model bisnis, bisnis intelektual, revolusi bisnis, dan making Indonesia 4.0.

Tulisan ini merupakan referensi yang menggunakan metode perkembangan dari pola atau perubahan yang amati dari berbagai sumber serta pemikiran berdasarkan waktu. Objek

pemikiran dan pengamatan difokuskan kepada perubahan atau kemajuan oleh revolusi bisnis dan memberi informasi bagaimana perkembangan individu dalam kurun waktu tertentu. Perkembangan informasi dan perlakuan tentang bisnis dan modelnya yang mengalami perjalanannya dengan perubahan-perubahan yang secara revolusioner yang dapat di tunjukkan secara teori dan kenyataan dalam tulisan ini.

31

MODEL BISNIS

Pengertian Model Bisnis

Model bisnis adalah sesuatu yang menggambarkan dan menerangkan mengenai suatu cara yang digunakan dalam organisasi untuk memberikan nilai. Model bisnis dapat membantu manajemen memberi penjelasan mengenai permasalahan yang dihadapi dan cara mengatasinya. Dengan menerapkan model bisnis yang sesuai dengan metode yang diterapkan perusahaan akan menerima keuntungan dari kegiatan perusahaan (Wheelen dan Hunger, 2010). Model bisnis dapat dipilah menjadi tiga bagian:

- a. Digunakan sebagai metode
- b. Memperlihatkan komponen-komponennya
- c. Dijadikan strategi

Model bisnis menggambarkan bagaimana metode yang digunakan oleh dapat menciptakan nilai lebih. Proses secara positif dengan menggunakan beberapa pandangan serta strategi pada implementasi model bisnis yang akan dijadikan sebagai strategi bisnis. Maka dari itu, perlu mengkaji tentang bisnis apa yang kita jalani, masyarakat yang menjadi sasaran dan mengenai produk apa yang kita hasilkan, serta biaya yang akan dikeluarkan dalam menciptakan produk tersebut.

Terdapat beberapa tujuan dari model bisnis (Pramono, 2001):

- a. Mengetahu mengenai struktur dan dinamika dalam organisasi.
- b. Menguasai masalah yang menjadi kendala dan menemukan kekuatan yang ada dalam organisasi.
- c. Memberikan *customer, end user* dan *developer* agar memiliki kepercayaan kepada organisasi.
- d. Menggunakan bantuan teknologi dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

30

Dengan melihat beberapa model yang ditunjukkan secara teori, dapat disimpulkan bahwa perlakuan bisnis, dalam implementasi konkrit perlakuan bisnis secara sadar atau tidak, tentu menggunakan model, yang dijadikan acuan dalam pelaksanaannya. Untuk itu salah satu model bisnis yang di tunjukkan dalam tulisan ini secara konprehensif adalah membuat suatu road map yang dijalankan dalam bisnis dengan etika yang elegan. Sedangkan penggunaan model bisnis pada prinsipnya adalah untuk memberi kekuatan secara internal dan eksternal dengan potensi yang ada dalam sebuah organisasi untuk sebuah goal yang bernilai tambah.

Dimensi Model Bisnis

Dengan menerapkan model bisnis perusahaan akan mengetahui cara perusahaan bertahan dalam perkembangan dunia bisnis. Terdapat 4 (empat) dimensi untuk mengukur model bisnis, diantaranya:

- a. Konsumen

Memahami konsumen yang menjadi pasar untuk produk yang dihasilkan, karena dalam menjalankan usaha konsumen menjadi hal yang sangat penting untuk mengetahui keinginannya.

- b. Proposisi nilai, apa yang ditawarkan kepada pelanggan.
Menjelaskan kepada konsumen tentang produk yang dihasilkan oleh organisasi, dan kegunaannya dalam memenuhi kebutuhan konsumen.
- c. Rantai Nilai (*Value chain*).
Agar tujuan perusahaan dapat tercapai perlu dilakukan koordinasi antar sumberdaya yang dimilikinya dengan menerapkan model bisnis yang telah ditetapkan.
- d. Keuntungan
Pada ukuran ini organisasi harus mengetahui tingkat keuntungan yang diperoleh dengan mengetahui struktur biaya yang terjadi dan hal ini menjadi daya tarik bagi investor dalam melakukan investasi kepada organisasi.

Dimensi model bisnis dapat disimpulkan bahwa variable-variabel yang ada dalam sebuah usaha merupakan potensi yang perlu optimalkan untuk mencapai perlakuan bisnis dengan menggunakan model bisnis yang sesuai. Untuk itu dimensi variable ini sudah sangat perlu diidentifikasi berdasarkan pengalaman dan data sebelumnya secara terintegrasi sehingga penggunaan model bisnis dapat lebih tepat.

Jenis-Jenis Model Bisnis

Dalam perlakuan bisnis tentunya memiliki philosophy yang mendasar yaitu untuk mencapai profit dengan tujuan yang tercapai secara elegan. Untuk itu banyak hal yang dilihat dalam perlakuan bisnis, termasuk kegiatan berbisnis dilakukan oleh suatu lembaga tertentu yang memproduksi suatu barang dalam skala tertentu dengan melakukan promosi produknya sebagai kebutuhan masyarakat luas yang akhirnya dapat memberinya keuntungan. Hal ini dilakukan oleh para pebisnis skala kecil hingga skala besar mulai. Untuk itu lah dalam jenis model ada beberapa yang di tawarkan, dan jenis-jenis model sejak penemuan model bisnis, sebagai berikut (Bajaj & Nag, 2000):

- a. Bata dan Model Bisnis Klik
Model bisnis ini dengan menerapkan secara online atau offline, organisasi yang menggunakannya seperti waralaba yang menggunakan pemasaran secara online dan juga melakukan penjualan secara manual, di mana konsumen data langsung ke toko.
- b. Kolektif Model Bisnis
Model ini terdiri dari orang yang profesional dalam bidangnya masing dalam mendukung organisasi dalam mencapai tujuannya dan memberikan dampak yang baik bagi anggota lain dalam organisasi.
- c. Menggunting Perantara Model
Dengan menerapkan teknologi dalam bisnis yang kita jalankan, kita akan memutuskan rantai perantara seperti distributor, konsumen dapat langsung memesan produk kepada organisasi tanpa melalui distributor.
- d. Penjualan Langsung
Merupakan proses penjualan produk yang dihasilkan langsung kepada konsumen
- e. Biaya dalam, keluar bebas
Model ini dengan memberikan biaya untuk layanan, dan menawarkan potongan harga untuk klien berikutnya.
- f. Waralaba
Waralaba merupakan toko rantai yang dimanfaatkan untuk mendistribusikan produk yang dihasilkan dan menerapkan model franchisee. Franchisee digunakan dalam mendukung organisasi untuk mencapai tujuannya.

g. Freemium model bisnis

Model bisnis freemium menawarkan layanan web dasar kepada perusahaan atau organisasi untuk produk digital.

Jenis bisnis ini dilihat dari kegiatan bisnis yang dilakukan sebagai suatu entitas ekonomi tidak hanya bergelut dalam suatu lingkup usaha saja. Kegiatan bisnis dilakukan dari jenis variable yang di hasilkan dan kegiaitan yang di jalankan. Untuk itu jenis bisnis ini umumnya dilakukan dalam suatu perusahaan tidak begitu saja dapat terpisahkan dari masyarakat dari sisi kebutuhannya.

BISNIS INTELEGENSI

Pengertian Bisnis Intelegensi

Kemampuan dalam mengumpulkan, bereaksi berdasarkan informasi yang diterima, merupakan suatu kemampuan yang sangat handal, haln tersebut merupakan bagian terpenting dari bisnis intelegensi. Bisnis Intelegensi (BI) merupakan sekumpulan teknik atau dalam mengelola data menjadi sebuah informasi yang bermanfaat pengambilan kebijakan organisasi (Kalahasthi, 2009).. Secara umum bisnis intelegensi adalah sebuah proses menganalisis data yang didapatkan menggunakan analisis statistik dan menghasilkan infromasi yang berguna dalam pengambilan keputusan (Kleplic, 2004). Data yang dihasilkan akan dijadikan dasar dalam pengambilan kebijakan, maka harus akurat. dalam melakukan forecasting. Agar penerapan Bi memebrikan nilai tambah maka formulasi mengenai teknologi informasi harus ditentukan (Hedgebeth, 2007).

Teknologi bisnis intelegensi dapat membantu dalam mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan organisasi dan menyusun stratgei yang tepat dalam mengatasi kelemahan tersebut (Abraham, 2003). Strategi yng diterapkan tersebut akan dievaluasi seterusnya agara membuat oragnisasi bertahan dan memberikan nilai lebih kepada investor erupa keuntungan dan mampu bersaing dengan para organisasi sejenis.

Konsep Bisnis Intelegensi

BI menggunakan data yang dikelola dan menjadikannya informasi yang berguna, infromasi yang dihasilkan tersbut digunakan sebagai:

a. Data sourcing

BI mampu mengakses sumber-sumber data dan informasi dengan format penyimpanan data yang berbeda pula.

b. Analisis Data

Dalam hal ini intelegensi mempunyai keahlian dalam mengelola data tersebut dan dijadikan acuan dalam membuat kebijakan agar kinerja organisasi memperoleh peningkatan.

c. *Situation Awareness*

Dengan BI organisasi dapat menghadapi kejadian yang tidak terduga dan dengan cepat dapat memberikan informasi yang digunakan dalam menghadapi situasi tersebut.

d. *Risk Analysis*

Infomrasi yang diperoleh dari proses BI telah menghitung setiap resiko yang akan dihadapi perusahaan dan memberikan alternatif dalam mengatasi masalah tersebut.

e. *Decision support*

Dalam hal ini Bisnis Intelegensi terdapat alternatif-alternatif pilihan yang dapat ditentukan dalam pembuatan kebijakan yang akan dilakukan organisasi.

Kegunaan BI

Saat penerapan bisnis intelegensi dilakukan dengan data yang akurat serta tepat dan informasi yang digunakan dalam membuat kebijakan akan membuat organisasi dapat mencapai tujuan yang direncanakan. Bisnis intelegensi membantu:

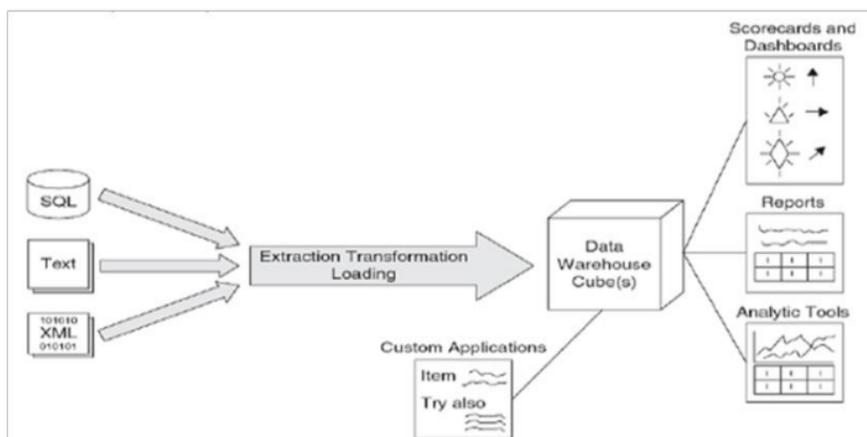
- a. Kebijakan yang dihasilkan akan lebih baik karena melalui analisis menggunakan data-data berdasarkan informasi yang dimiliki perusahaan.
- b. Mengidentifikasi peluang yang diperoleh organisasi.
- c. Dapat menghemat biaya, dengan mengenal bagian yang memiliki tingkat pengeluaran yang besar, dengan melakukan efisiensi pada operasional perusahaan.
- d. Dapat mengubah rencana sesuai dengan kondisi yang terjadi saat ini.
- e. Mengetahui kesulitan yang dihadapi
- f. Peningkatan kinerja organisasi dengan meningkatkan keuntungan organisasi dengan peningkatan kepuasan konsumen akan produk yang dihasilkan.
- g. Efisiensi operasional dan rantai pasokan yang meningkat.

Jika bisnis intelegensi diterapkan dengan baik melalui strategi bisnis yang ditetapkan maka akan meningkatkan melalui peningkatan efisiensi pada setiap aktifitas kegiatan organisasi, dengan mengetahui perubahan tren pasar yang terjadi selanjutnya menyusun rencana dalam menghadapi perubahan tersebut.

Langkah-Langkah Proses Bisnis Intelegensi

Secara menyeluruh tahap-tahapan kegiatan proses organisasi dengan menerapkan BI, diantaranya (Venkatadri, 2010):

- a. Mengetahui permasalahan yang dihadapi dan menetapkan langkah-langkah dalam menyelesaikannya.
- b. Menentukan data-data yang digunakan dalam memperoleh informasi yang dibutuhkan untuk menyelesaikan permasalahan yang dihadapi.
- c. Merubah data yang diperoleh dari beragam sumber tersebut kedalam sebuah data yang konsisten.
- d. Menetapkan data yang tersentralisasi, dan mengumpulkan data tersebut kedalam satu basis data.
- e. Membuat aplikasi yang dapat mengakses kedalam cube dengan berbagai macam kegiatan yang terdapat pada organisasi.

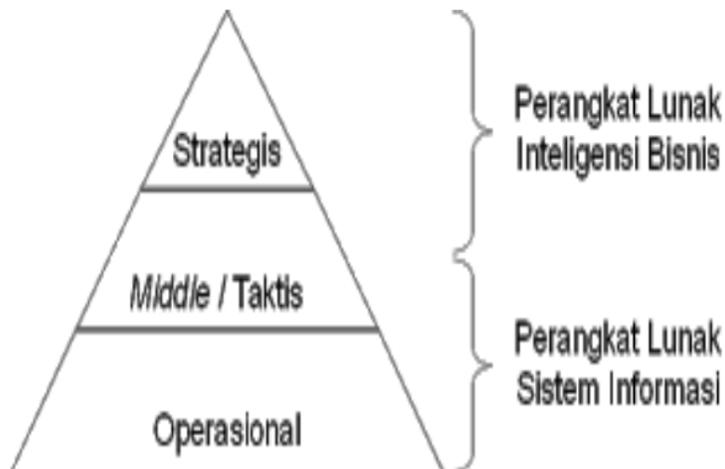


Sumber: Venkatadri, (2010)

Gambar 1. Langkah-langkah Bisnis Intellegensi

Penggunaan Bisnis Intellegensi Dalam Bisnis dan Organisasi

Kontruksi dalam sebuah organisasi pada umumnya terdiri dari operasional, taktis dan strategi. Berikut gambaran desain sebuah kontruksi organisasi, yaitu:



Sumber: Venkatadri, (2010)

Gambar 2. Penggunaan Bisnis Intellegensi pada Struktur Organisasi

Pada bagian terbawah operasional menggunakan perangkat lunak sistem informasi, pada tingkatan taktis menggunakan sistem pernagkat lunak dan perangkat lunak BI, serta pada strategi menerapkan BI. Penggunaan bisnis intellegensi digunakan dalam menyusun rencana dalam pengambilan keutusan yang akan dilakukan berdasarkan data yang diperoleh bukan dengan firasat, atau praduga. Keputusan yang dibuat harus memiliki pengukuran yang akurat mengenai tingkat keberhasilan yang akan dicapai.



Sumber: Venkatadri (2010)

Gambar 3. Mengukur Kinerja Bisnis Intellegensi

Dalam menentukan tingkat keberhasilan suatu organisasi dilihat dari pencapaian visi organisasi tersebut, dalam mencapai misi tersebut ditetapkan misi organisasi. dari setiap misi yang akan dilakukan organisasi harus dapat ditentukan ukurannya, seperti bagian produksi, penjualan, dan setiap biaya ditentukan *Key Performance Index* (KPI) yang akan dikeluarkannya organisasi. selanjutnya organisasi melakukan evaluasi berdasarkan pencapaian organisasi perperiode, apakah strategi yang digunakan berjalan sesuai yang direncanakan.

29

Dalam mengevaluasi rencana yang ditetapkan membutuhkan biaya yang besar dan jangka waktu yang lama. Biaya dikeluarkan untuk menciptakan solusi teknis dimana hal tersebut membutuhkan tambahan infrastruktur baru pada perangkat keras dan perangkat lunak. Sedangkan pada waktu yang lama dikarenakan BI menggabungkan data-data perperiode yang dianalisis seperti bagian operasional, pembersih. Namun terkadang masih terdapat kendala saat menerapkannya, seperti orang-orang yang terlibat dalam organisasi, kebanyakan karyawan dalam organisasi tidak menyukai dengan adanya perubahan, dan cara kerja yang baru dengan menggunakan teknologi seperti pergantian software yang digunakan, maka butuh dukungan yang kuat dari pihak manajemen demi keberlangsungan BI dan sesuai dengan yang direncanakan dalam penerapan BI.

REVOLUSI BISNIS

Pengertian Bisnis

Bisnis merupakan kegiatan perusahaan yang memberntuk suatu sistem yang berkaitan mengenai produksi, pemasaran yang menjadi bagian dari kegiatan usaha (Reza & Hermawansyah, 2019). Aktifitas antara produsen dan konsumen merupakan kegiatan bisnis dimana produsen menyediakan kebutuhan dari konsumen dengan menghasilkan barang dan jasa sesuai kebutuhan. Bisnis merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan masyarakat, karenanya terdapat hubungan timbal balik diantara keduanya.

Pengertian Revolusi Bisnis

Revolusi merupakan perubahan sosial dan kebudayaan yang berlangsung secara cepat dan menyangkut dasar dan pokok-pokok kehidupan pada masyarakat (Rafidah & Sholiha, n.d.). Pada revolusi, perubahan yang terjadi dapat direncanakan ataupun direncanakan dan dapat dijalankan tanpa kekerasan atau melalui kekerasan. Perubahan yang terjadi dengan cepat di bidang bisnis yaitu dari kegiatan bisnis agraris kebisnis industri dikatakan dengan revolusi bisnis, perubahan tersebut seperti yang menggunakan mesin dalam mengolah bahan mentahmenjadibahan siap pakai.

Aktivitas-aktivitas Bisnis

Kegiatan-kegiatan pada bisnis dikelompokkan kedalam kelompok produksi, distribusi dan konsumsi (Reza & Hermawansyah, 2019).

a. Produksi

Kegiatan yang dilakukan dalam rangka memenuhi kebutuhan masyarakat mengenai produk dan jasa yang dibutuhkan. Produk yang dihasilkan digolongkan kedalam produksi primer yaitu mengenai sumber daya alam yang digunakan ,sekunder mengenai sumber daya alam yang diproses menjadi barang setengah jadi, dan tersier merupakan usaha jasa yang terdapat pada kedua produksi tersebut.

b. Distribusi

Merupakan kegiatan penyaluran produk dan jasa yang dihasilkan kepada masyarakat atau konsumen yang membutuhkan. Distribusi dapat dilakukan secara langsung dari produsen kepada konsumen atau menggunakan jasa distributor.

c. Konsumsi

Konsumsi merupakan jumlah kebutuhan yang diperlukan oleh konsumen berupa produk atau jasa yang dihasilkan melalui proses bisnis.

Perkembangan Bisnis

Dunia bisnis menjadi hal yang transparan kita dapat melihat persaingan bisnis yang terjadi agar menjadi unggul dan dapat bertahan dalam melakukan bisnisnya. Perkembangan usaha terjadi melalui beberapa era, beberapa era tersebut diantaranya (Reza & Hermawansyah, 2019):

a. Revolusi Industri 1.0

Era ini bisnis dilakukan dengan mengandalkan tenaga otot, air ataupun angin dalam memproduksi produk-produk yang dibutuhkan masyarakat. Namun terdapat beberapa kendala dalam menggunakan tenaga tersebut, yaitu penggunaan harus didekat sumber tenaga, seperti tenaga air pada kincir air untuk penggilingan digunakan harus dekat kepada sumber air untuk menggerakkan mesin kincir tersebut.

b. Revolusi industri 2.0

Revolusi tidak seterkenal revolusi awal tersebut, namun ditandai dengan tenaga otot tidak lagi banyak digunakan. Pabrik-pabrik pada umumnya telah menggunakan tenaga uap dan listrik dalam membantu proses produksi barang. Era ini dimulai dengan menciptakan lini produksi yang menerapkan ban berjalan pada setiap proses produksi.

c. Revolusi 3.0

Pada era ini ditemukannya mesin yang bergerak secara otomatis atau dapat disebutkan robot dalam membantu proses produksi. Revolusi ini juga tidak hanya pada bidang industri namun pada bidang informasi, dimana semua kegiatan yang dilakukan manusia dalam menghitung dan menyimpan hal penting seperti dokumen mulai dilakukan oleh komputer.

d. Revolusi 4.0

Perubahan revolusi industri ini menerapkan konsep otomatis tanpa menggunakan manusia semua pekerjaan dilakukan oleh mesin, penerapannya dikenal dengan smart factory. Hal ini terlihat dari proses pertukaran data yang tepat waktu sesuai yang dibutuhkan dengan menggunakan jaringan internet.

Perkembangan dunia bisnis tidak dapat diprediksi, maka para pengiat usaha harus menyesuaikan dengan era yang terjadi, agar usaha atau bisnis yang dijalankan dapat memperoleh keuntungan dan bertahan serta mencapai tujuan yang direncanakan.

26
MAKING INDONESIA 4.0

Teknologi Yang Menopang Industri 4.0

Dalam era revolusi 4.0 agar dapat bertahan bisnis yang dijalankan harus menguasai penggunaan teknologi dalam mendukung seluruh kegiatan yang dilakukan. Teknologi yang digunakan dalam penerapan sistem Industri 4.0, diantaranya (Rafidah & Sholiha, n.d.):

- a. *Internet of Things*.
- b. *Artificial Intelligence*.
- c. *HumanMachine Interface*.
- d. Teknologi Robotik dan Sensor.
- e. *Teknologi 3D Printing*

Implementasi dari industri 4.0, mempunyai potensi luar biasa dalam merombak aspek industri, juga mengubah berbagai aspek dalam kehidupan manusia. Dengan menggunakan media digital pebisnis dapat mengembangkan bisnis mereka dan alasan yang paling kuat adalah

karena pada era digital seperti sekarang ini persebaran informasi bisa dilakukan lebih cepat, lebih mudah dan tentunya jauh lebih murah.

Model Bisnis Yang Sedang Fenomenal

Perkembangan waktu dan trend yang ada di masyarakat tentang konsumsi barang, membangkitakan model bisnis yang semakin cepat dan dekat dengan konsumen. Hal ini berbeda jika kita melihat pada era 70 hingga 90 an. Produk dan jasa semakin berinovasi dengan tuntutan konsumen, sehingga dengan model-model yang ada semakin menjanjikan pada perlakuan bisnis. Model bisnis yang perlu dilakukan dalam membangun bisnis di era industri 4.0, dengan toko online, konten visual, media sosial dan saling promosi (Kleplic, 2004). Keempat model tersebut dapat dijabarkan bahwa pihak penjual dan pembeli akan memberi manfaat yang sama diuntungkan. Toko online yang menawarkan model bisnis secara maya, dimana keberadaan toko tidak lagi berada dalam sebuah mall, pasar atau ruko. Konsumen sebagai pembeli akan dimudahkan pemilihannya produk yang di cari, dimana cukup dengan memasukkan frasa pada browser online. Produsen juga akan dituntut kredibilitasnya dalam memberikan kepercayaan kepada pasar dunia maya. Tentunya dalam model bisnis ini dibutuhkan sarana infrastruktur yang baik dan setiap produsen harus menyiapkan toko secara online.

Sedangkan dalam model estetika bisnis atau konten visual, sebuah inovasi yang membuat kompetensi marketing dalam dunia bisnis. Kreativitas dan pendekatan visual yang menarik konsumen untuk memasuki toko online yang ada, sehingga para produsen sebagai pemilik toko online berusaha memberikan penampilan yang menarik dari sisi kemudahan transaksi, tampilan desain dan bahasa yang mudah di cerna. Hal seperti ini menjadikan model bisnis ini sangat cepat memberikan pengaruh terhadap perlakuan bisnis pada masa sekarang ini. Model bisnis media social yang menyikapi perkembangan teknologi saat ini mendorong penggunaan digital marketing dalam dunia bisnis. Trend pemasaran yang menggunakan model media social sangat dominan saat ini, seperti berbagai media social facebook, twitter, instagram, snapchat, line, telegram, youtube, blog, pinterest dan lain lain. Para pelaku bisnis online menggunakan media social dalam menawarkan produk dagangannya, baik secara live ataupun konten offline. Dari data yang di peroleh dari *We Are Social*, khusus di Indonesia pengguna media social mencapai 130 juta orang, dengan durasi per hari penggunaannya 3 jam. Hal ini tentu menjadi peluang bagi pelaku bisnis untuk menggunakan model bisnis media social. Tentunya dalam model ini penguatan komunikasi yang beretika dan menarik menjadi hal yang utama untuk menarik minat para konsumen. Sederhananya, media sosial adalah jembatan yang mengarahkan orang-orang untuk mengunjungi website toko online.

Model bisnis saling promosi merupakan sebuah model yang sangat terintegrasi dengan digital marketing dan media social serta toko online. Sehingga dalam implementasinya model ini dapat memberikan efisiensi biaya dari pos pemasarannya. Model ini di harapkan dapat saling stimulan melakukan promosi terhadap produk yang akan di jual dalam semua media social yang saling terintegrasi. Untuk itulah dalam model bisnis sangat diperlukan kerjasama dengan kemitraan, sehingga satu sama lainnya saling memberikan manfaat. Keutamaan kualitas produk serta kepercayaan yang diperlukan dalam proses bisnis digital ini.

Inovasi Bisnis di Era Digital

Peluang-peluang usaha dan bisnis pada saat ini memberi peluang yang sangat menjanjikan dan akan menjadikan nilai tambah. Tentu hal ini tidak terlepas dari pertumbuhan ekonomi yang memiliki persaingan yang semakin ketat. Tidak dapat dipungkiri bahwa setiap tahunnya sudah pasti akan selalu hadir pendatang baru didalam dunia bisnis dan usaha, dengan

beragam kreatifitas yang mereka ciptakan guna memenangkan persaingan. Salah satunya bisnis digital yang berkembang dengan berbagai inovasi serta model. Tentunya hal ini juga menuntut profesionalisme dalam mempertahankan nilai eksistensi bisnis. Bentuk aktifitas hasil dari teknologi internet yang digunakan dalam mendukung usaha/bisnis dalam kegiatan sehari-harinya. Beberapa bentuk bisnis kreatif di era digital (Alaloul, Liew, Zawawi, & Kennedy, 2020), yaitu:

a. *E-Commerce*

E-Commerce aktifitas usaha/bisnis yang dijalankan seperti pembelian dan penjualan yang dilakukan melalui sistem elektornik seperti internet atau jaringan komputer. Dengan *e-commerce* wirausahawan telah menggunakan teknologi informasi yang berupa internet dan jaringan komputer lainnya dalam menjalankan proses usaha/bisnis.

b. *E-Learning*

E-learning melakukan pembelajaran dengan menggunakan komputer, dengan terkoneksi dengan jaringan memberikan kita kesempatan belajar dimanapun, dan kapanpun. *E-learning* dapat menjadi bagian dari usaha/bisnis yang kita jalankan dalam usaha/bisnis. Misalnya usaha/bisnis pembelajaran bagi karyawannya.

c. *E-Shop*

E-shop merupakan sebuah tempat yang menggelar usaha/bisnis yang terhubung dengan jaringan internet. *E-shop* dapat disebut juga sebagai toko online, dimana barang atau jasa yang ditawarkan ditawarkan kepada konsumen melalui toko online (intenet).

Tantangan yang dihadapi dengan menerapkan teknologi infromasi pada usaha/bisnis yang dijalankan masalah keamanan informasi, kurangnya pemahaman atau keterampilan yang dimiliki. Jika kita melihat, bahwa bentuk bisnis diatas perlu dilakukan upaya-upaya perubahan yang selalu diperhatikan seiring perkembangan teknologi dan pasar. Untuk itulah diperlukan intel marketing yang selalu menyisiati perkembangan lawan bisnis dan tantangan yang dihadapi, agar dapat selalu melakukan evaluasi pembaharuan konkrit setiap saat.

Model Bisnis Yang Merusak Di Era Digital

Perlakuan bisnis yang selalu berkembang, tentu juga menghadapi kendala dalam perjalanannya. Tidak semua model bisnis yang ditawarkan sesuai dengan pola dan produk yang akan di jual. Untuk itu di era digital saat ini terdapat model bisnis yang dapat merusak tatanan perlakuan yang sedang dijalankan. Model bisnis kreatif di era digital yang bisa merusak tatanan pasar tradisional yaitu sebagai berikut (Alaloul et al., 2020):

Model bisnis kreatif pada era 4.0, sebagai berikut:

- a. Menawarkan langgan dengan pelanggan dengan menerapkan diskon tertentu.
- b. Premium model, dengan menawarkan penggratisan untuk beberapa layanan tidak menggunakan premium model.
- c. Market place, dimana kita membuat suatu aplikasi yang digunakan oleh wiarusahawan dalam menawarkan produk yang dihasilkan. Aplikasi ini menjadi pasar digital.
- d. Perusahaan dengan the on demand yang memberikan kenyamanan kepada pelanggan.

Kesemua model yang ditunjukkan diatas dapat digambarkan, bahwa persaingan dengan menerapkan permainan harga tanpa melihat kualitas barangnya. Dimana dengan memberikan diskon harga pada jenis produk yang sama sehingga pasar menyerbu took tersebut. Padahal konsumen hanya melihat jenis produk yang sama tanpa memperhatikan kualitasnya, tentu hal ini dapat merusak tatanan bisnis, dan kondisi ini merusak pasar serta tidak dapat berjalan dengan lama. Begitu juga untuk moden premium dengan memberikan gratis untuk satu dua produk, tetapi pada jumlah berikutnya harga normal, hal ini merupakan sebuah trik bisnis temporer atau sementara. Jadi secara keseluruhan model bisnis yang merusak tatanan pasar khususnya pasar tradisional merupakan tindakan yang tidak beretikan bisnis sehat.

Keuntungan Penerapan Konsep Industri 4.0

Beberapa potensi keuntungan yang dihasilkan sebagai dampak penerapan konsep Industri 4.0. Keuntungan tersebut, antara lain (Snudden, 2019).

- a. Mampu menciptakan efisiensi yang tinggi
- b. Mengurangi waktu dan biaya produksi
- c. Meminimalkan kesalahan kerja
- d. Peningkatan akurasi dan kualitas produk.

Supaya keberlangsungan sistem Industri 4.0 berjalan secara optimal, terdapat beberapa syarat yang harus dipenuhi oleh industri. Syarat yang dimaksud adalah ketersediaan sumber daya listrik, serta ketersediaan infrastruktur jaringan internet.

SOLUSI

Berdasarkan penelitian yang dilakukan (Rafidah & Sholiha, n.d.), revolusi bisnis 4.0 ditandai dengan fenomena:

1. Semua layanan dan produk kompetitif serta baru bisa diakses semua orang melalui dunia digital. Semuanya dapat diakses dimana saja dan kapanpun.
2. Produk-produk yang ditawarkan memilih harga yang sangat kompetitif dan murah dibanding dengan barang-barang yang dijual dengan konvensional.
3. Terobosan jarak dan waktu menjadi andalan utama bisnis di era digital. Arinya jarak tidak menjadi kendala maupun waktu hanya untuk bertransaksi dalam mendapatkan produk yang diinginkan.

Revolusi industri 4.0 disebut juga revolusi digital membawa perubahan signifikan terhadap pelaku bisnis (Reza & Hermawansyah, 2019). Kemudahan akses serta keterbukaan informasi saat ini banyak menjadi *trigger* bagi setiap orang untuk melakukan upaya kreatif dan inovatif. Usaha/bisnis yang mengikat pelanggan dengan produk dan layanannya.

Demi menghadapi revolusi 4.0, perusahaan harus memberikan pelatihan kepada tenaga kerjanya agar kualitasnya meningkat. beberapa sektor yang dibangun dalam menghadapi revolusi 4.0 sebagai berikut:

Indonesia akan membangun lima sektor manufaktur dengan daya saing regional

Pembangunan sector industry di Indonesia tidak terlepas dari peran daerah, sehingga penguatan sector industry khususnya manufacture merupakan daya saing regional. Untuk itu diperlukan penguatan bisnis industry yang mengadopsi kepada Revolusi industry 4.0. Tentunya kesiapan daerah juga sangat diperlukan dari sisi perencanaan, keuangan dan regulasinya. Manajemen keuangan daerah adalah seluruh kegiatan yang mencakup perencanaan, pelaksanaan, administrasi, pelaporan, pertanggungjawaban, dan pengawasan keuangan daerah (Siregar et al., 2020). Revolusi industri 4.0 mencakup beragam teknologi canggih, seperti kecerdasan buatan (AI), *Internet of Things (IoT)*, *wearables*, robotika canggih, dan *3D printing*. Indonesia akan berfokus pada lima sektor utama untuk penerapan awal dari teknologi ini, yaitu:

- a. Makanan dan Minuman
- b. Tekstil dan Pakaian
- c. Otomotif
- d. Kimia
- e. Elektronik.

Seperti perkembangan teknologi yang sangat cepat pada sector manufaktur, pada sector jasa juga terdapat perkembangan yang cepat. Contoh kemajuan penggunaan teknologi di sector jasa antara lain: peralatan diagnosa elektronik pada sebuah bengkel, peralatan test darah dan urine di rumah sakit, atau yang lebih canggih adalah *scanner* retina yang dipakai di

bandara. Contoh lain dalam bidang jasa perhotelan, di mana tamu dapat memakai kartu kreditnya menjadi kunci masuk-keluar kamar hotel. Tamu dapat membayar tagihan cukup dari kamar hotel melalui sebuah channel televisi di kamar. Sistem ini akan menghemat tenaga kerja pada meja *check-in* dan *check-out*, serta meningkatkan efisiensi dan produktivitas yang berharga bagi hotel dan pelanggan. Dalam membangun industri perlu mempertimbangkan empat faktor (4R) yang sangat berkaitan, yaitu:

- a. *Resources*, yaitu sumber daya yang penting dalam proses operasi produksi. Ini mencakup sumber daya manusia, bahan, dan modal. Penggunaan teknologi harus dapat meminimalisir penggunaan sumber daya sehingga unggul dalam persaingan, karena dapat dicapai dengan biaya yang murah.
- b. *Recycling*, yaitu upaya membuang pemborosan atau menggunakan kembali bahan yang terbuang. Upaya ini dapat dilakukan dengan cara *recycling* desain, dengan menspesifikasi produk dan komponen yang dibutuhkan yang mempunyai potensi untuk di-*recycle*. Upaya ini menuntut adanya fasilitasi perakitan dalam perusahaan yang dapat menggunakan kembali material itu. *Recycling* berperan untuk menunjang kesinambungan teknologi operasi produksi perusahaan.
- c. *Regulation*, atau hukum turut mempengaruhi proses produksi, seperti aturan dalam hal transportasi, tingkat kebisingan (polusi suara), limbah buangan dan barang-barang bekas. Hal ini dapat menjadi tantangan dalam pengurangan sumber-sumber daya yang digunakan. Perusahaan harus mampu mengikuti ketentuan hukum dan persyaratan legal suatu negara. Perusahaan harus mampu meningkatkan proses produksi di bawah tekanan aturan hukum
- d. *Reputation*, merupakan imbalan bagi pimpinan di pasar persaingan secara berkesinambungan. Bila suatu perusahaan tidak mampu memenuhi harapan masyarakat, reputasinya akan menjadi buruk. Ini akan mengakibatkan konsekuensi negatif dan jelek bagi perusahaan. Reputasi perusahaan, entah baik atau buruk, biasanya cepat tersebar di masyarakat, karena masyarakat sangat transparan

1

Makanan dan minuman: Membangun industri F&B powerhouse di ASEAN

Sektor ini memiliki potensi untuk berkembang karena bahan baku utamanya melimpah. Strategi yang dilakukan dalam menghadapi revolusi 4.0 diantaranya:

- a. Meningkatkan produktivitas penghasil bahan utama dalam proses produksi baik dari sektor pertanian, peternakan, dan perikanan dengan menerapkan banuan teknologi.
- b. Membantu UMKM dalam menerapkan teknologi dalam proses produksi usaha yang dijalan agar meningkatkan hasil produksi dan kualitas atas produk yang dihasilkan..
- c. Berinvestasi terhadap produk makanan kemasan berguna menangkap seluruh permintaan di masa depan.
- d. Peningkatan ekspor.

21

Tekstil dan pakaian: Menuju produsen functional clothing terkemuka

Sektor tekstil dan pakaian memiliki kontribusi manufaktur yang terbesar kedua dalam memeberikan kontribusi ekspor. Dengan meneraoak teknologi pada sektor ini akan membuat sektor tersebut untuk bertahan dan memingkatkan daya saingnya. Rencana yang dterapkan dalam menghadapi revolusi 4.0, yaitu:

- a. Peningkatan kemampuan pada bagian kimiawai untuk bahan pakaian, dengan menghasilkan bahan yang memiliki bahan murah namun dengan kualitas yang bagus.
- b. Peningkatan produktifitas yang dilakukan dengan meningkatkan keterampilan oara pekerja dan optimalisasi lokasi pabrik.
- c. Menerapkan keterampilan pada produksi functional clothing

- d. Skala ekonomi yang meningkat berguna dalam memenuhi permintaan functional clothing yang terus berkembang.

Otomotif: Menjadi pemain terkemuka

Untuk sektor otomotif Indonesia merupakan produsen ke dua terbesar se ASEAN, hal ini dikarenakan mendapat dukungan investasi dari berbagai perusahaan. Namun Indonesia masih produksinya Indonesia masih tergantung dengan impor bahan mentah yaitu logam dan kimia serta komponen elektroniknya. Hal yang perlu dilakukan pada sektor otomotif dalam menghadapi revolusi 4.0, diantaranya:

- a. Jumlah produksi
- b. Efisiensi produksi bahan baku dan komponen penting melalui adopsi teknologi dan pengembangan infrastruktur.
- c. Melaksanakan kerjasama dengan perusahaan OEM dunia untuk meningkatkan ekspor, dengan fokus pada *multi-purpose vehicles (MPV)*, kendaraan murah ramah lingkungan, dan *sport utility vehicles (SUV)*.
- d. Pembangunan ekosistem dalam industri EV, dimulai dengan kemampuan manufaktur sepeda motor listrik, kemudian mengembangkan kemampuan mobil listrik berdasarkan adopsi EV yang tak terelakkan di masa mendatang.

Kimia: Menjadi pemain terkemuka di industri biokimia

Sektor ini merupakan sektor yang mendukung industri manufaktur seperti elektronika, obat-obatan, dan otomotif. Dengan menguatkan sektor industri tersebut akan membuat perusahaan dalam sektor manufaktur dapat bersaing pada pasar global. Indonesia memiliki sumber bahan baku pertanian yang melimpah yang digunakan dalam produk biokimia, hal ini menjadi keunggulan Indonesia dalam memperluas kapasitas dan kemampuannya dalam menjadi net eksportir dan produsen bahan kimia. Hal yang perlu dilakukan agar sektor bahan kimia pada revolusi industri 4.0 saat ini, diantaranya:

- a. Mengurangi ketergantungan impor dengan membangun kapasitas pasokan petrokimia.
- b. Membangun sektor tersebut dengan biaya kompetitif dengan pemanfaatan sumber daya migas yang dimiliki, serta mengadopsi teknologi dalam mempercepat kegiatan produksi.
- c. Mendorong produktifitas
- d. Pengembangan produksi biofuel dan bioplastik.

Elektronik: Mengembangkan kemampuan pelaku industri domestik

Perkembangan pada sektor ini masih bergantung kepada impor bahan baku komponen dari pasar global. Produksi lokal belum mampu bersaing pada pasar global karena masih merakit yang sederhana. Pengembangan strategi yang perlu dilakukan dalam menghadapi revolusi 4.0, diantaranya:

- a. Menerapkan paket insentif agar menarik pemain global terkemuka.
- b. Pengembangan kemampuan dalam memproduksi komponen elektronik bernilai tinggi.
- c. Melakukan pelatihan intensif dan menarik agar mengembangkan keterampilan tenaga kerja dalam negeri.
- d. Mengembangkan pelaku industri unggulan dalam negeri yang berkompeten untuk mendorong inovasi lanjutan dan mempercepat transfer teknologi

PENUTUP

Menjalankan suatu tatanan bisnis tentu harus menentukan model bisnis yang tepat dan sesuai dengan pangsa pasar contohnya saja pada era modern saat ini model bisnis dipadu dengan perkembangan jaman internet yang mana memiliki manfaat dan keuntungan bagi pelaku

bisnis. Sekumpulan teknik serta alat yang digunakan dalam mentransformasi dari data mentah menjadi informasi yang berguna dan bermakna untuk tujuan analisis bisnis dikenal dengan nama bisnis intelegensi. Teknologi digunakan pada bisnis intelegensi untuk menangani data yang tak terstruktur dalam jumlah yang sangat besar untuk membantu mengidentifikasi, mengembangkan, dan selain itu membuat kesempatan strategi bisnis yang baru. Tujuan dari bisnis intelegent yaitu untuk memudahkan interpretasi dari jumlah data yang besar tersebut.

Dengan penerapan bisnis intelegensi yang dilakukan dapat mengidentifikasi kesempatan yang baru dan mengimplementasikan suatu strategi yang efektif berdasarkan wawasan dapat menyediakan bisnis suatu keuntungan pasar yang kompetitif dan stabilitas jangka panjang. bagi perusahaan akan memudahkan perusahaan dan memudahkan pekerjaan pekerja/pebisnis yang menggunakannya. Revolusi industri saat ini memasuki fase keempat. Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang sangat pesat memberikan dampak yang besar terhadap kehidupan manusia. Banyak kemudahan dan inovasi yang diperoleh dengan adanya dukungan teknologi digital. Dengan revolusi industri yang terjadi maka layanan menjadi lebih cepat dan efisien serta memiliki jangkauan koneksi yang lebih luas dengan sistem online. Hidup menjadi lebih mudah dan murah.

REFERENSI

ORIGINALITY REPORT

16%

SIMILARITY INDEX

14%

INTERNET SOURCES

1%

PUBLICATIONS

12%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	bikinpabrik.id Internet Source	2%
2	Submitted to Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Gadjah Mada Student Paper	2%
3	blog.umy.ac.id Internet Source	1%
4	rayhansm.blogspot.com Internet Source	1%
5	idemotivasibisnis.blogspot.com Internet Source	1%
6	adhipras.staff.telkomuniversity.ac.id Internet Source	1%
7	vischaarrofiv.blogspot.com Internet Source	1%
8	tokohternama.blogspot.com Internet Source	1%
9	greentea.web.id	

Internet Source

1%

10

Submitted to Krida Wacana Christian University

Student Paper

1%

11

jurnal.unmuhjember.ac.id

Internet Source

1%

12

Submitted to Udayana University

Student Paper

<1%

13

aplikasidownloadlagu.blogspot.com

Internet Source

<1%

14

faisalahmadfani.blogspot.com

Internet Source

<1%

15

id.123dok.com

Internet Source

<1%

16

sim-septialutfi-1a121967-haqi.blogspot.com

Internet Source

<1%

17

istanaka.wordpress.com

Internet Source

<1%

18

ojs.stiami.ac.id

Internet Source

<1%

19

Submitted to UIN Syarif Hidayatullah Jakarta

Student Paper

<1%

20

www.indotelko.com

Internet Source

<1%

21	digilib.unila.ac.id Internet Source	<1%
22	simkhasanah-septialutfi.blogspot.com Internet Source	<1%
23	pt.scribd.com Internet Source	<1%
24	Submitted to Surabaya University Student Paper	<1%
25	Submitted to Universitas Brawijaya Student Paper	<1%
26	Submitted to University of Muhammadiyah Malang Student Paper	<1%
27	Submitted to Universitas Muria Kudus Student Paper	<1%
28	repository.ipb.ac.id:8080 Internet Source	<1%
29	repository.usu.ac.id Internet Source	<1%
30	web.unmetered.co.id Internet Source	<1%
31	Submitted to Padjadjaran University Student Paper	<1%

32

Submitted to Binus University International

Student Paper

<1%

33

T. Syahrul Reza, Wawan Hermawansyah.
"Masa Depan Bisnis Kreatif Diera Revolusi
Industri 4.0 Ditinjau Dari Kebijakan Sektor
Publik, Bisnis Dan Perpajakan", Majalah Ilmiah
Bijak, 2019

Publication

<1%

34

Submitted to Universitas Muhammadiyah
Ponorogo

Student Paper

<1%

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography Off