

PELUANG BISNIS DI ERA DIGITAL BAGI GENERASI MUDA DALAM BERWIRAUSAHA: STRATEGI MENGUATKAN PEREKONOMIAN

Wiwik Maryati^{1*}, Ida Masriani²

¹Program Studi Administrasi Bisnis, Unipdu

²Program Studi Manajemen, Universitas Jambi

*Corresponding author: wiwikmaryati@fia.unipdu.ac.id

Abstrak: Era digital telah memberikan dampak bagi perkembangan kehidupan, diantaranya adalah kehidupan dunia usaha (bisnis). Tanpa modal besar dan tempatpun orang bisa menjalankan usaha dengan memanfaatkan teknologi melalui media sosial. *Market place* akan terbentuk dengan mudah melalui pemanfaatan teknologi tersebut. Fenomena ini disikapi dengan maraknya orang berbisnis *online*, tidak terkecuali di kalangan generasi muda. Jika di rumah saja dengan berbisnis *online* mereka dapat menghasilkan *income*, maka ini akan menjadikan mereka tidak akan berpikir untuk berburu menjadi PNS maupun urban ke kota atau ke luar negeri untuk mengais rejeki. Tentu saja ini berdampak pada terangkatnya perekonomian. Tulisan ini bertujuan untuk mengkaji strategi menguatkan perekonomian melalui peran teknologi digital dalam menciptakan peluang bisnis bagi generasi muda untuk berwirausaha. Penelitian dilakukan di Jombang dengan subyek penelitian mahasiswa yang juga berwirausaha. Metode kajian menggunakan kualitatif fenomenologis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa teknologi digital memberikan peluang terbangunnya wirausaha pada generasi muda. Dengan memanfaatkan media sosial mereka dapat menjalankan bisnis dan mempunyai penghasilan sehingga dapat mencukupi kebutuhan. Penelitian ini memberikan rekomendasi, agar perekonomian masyarakat terangkat sebaiknya ada program pelatihan melek teknologi pada generasi muda khususnya di pedesaan. Tujuannya agar generasi muda pedesaan juga melek teknologi yang dampaknya pada semakin banyaknya wirausaha, perekonomian juga terangkat.

Kata kunci: Era digital, generasi muda, wirausaha, perekonomian

PENDAHULUAN

Dampak era digital telah memberikan perubahan pula pada dinamika kehidupan, diantaranya adalah dinamika kehidupan dunia usaha (bisnis). Ini tak dapat dipungkiri karena era tersebut membuat akses peluang usaha akan lebih mudah dan cepat. Tanpa modal besar dan tempatpun orang bisa menjalankan usaha dengan memanfaatkan teknologi digital baik melalui *facebook*, *instagram*, *website* maupun media sosial lainnya. *Market place* akan terbentuk dengan lebih mudah melalui pemanfaatan teknologi tersebut.

Jika sebelumnya untuk meraih pangsa pasar para pelaku bisnis harus jempot bola menggunakan berbagai strategi pemasaran yang efektif, kali ini hanya berbekal alat digital saja mudah meraih pasar.

Fenomena ini disikapi dengan maraknya orang berbisnis *online*, tidak terkecuali di kalangan generasi muda termasuk mahasiswa. Jika di rumah saja dengan berbisnis *online* mereka dapat menghasilkan *income*, maka ini akan menjadikan mereka tidak akan berpikir untuk berburu menjadi PNS maupun

urban ke kota atau bahkan ke luar negeri untuk mengais rejeki. Jika sebelumnya orang berpikir untuk berwirausaha dibutuhkan modal besar sehingga enggan menjalankan wirausaha, sekarang tidak lagi. Teknologi dengan sendirinya telah mengubah perilaku, dimana orang akan tergerak bagaimana bisa memanfaatkan teknologi kalau tidak mau dikatakan sebagai orang yang tertinggal.

Demikian pula yang terjadi pada diri generasi muda. Hampir dipastikan semua generasi muda mampu menggunakan teknologi. Mereka yang jeli dan memang tumbuh jiwa *entrepreneurshipnya* akan menangkap peluang tersebut untuk berwirausaha dan menjadikannya sebagai mata pencaharian. Maraknya generasi muda menjalankan bisnis online ini merupakan hal yang positif bagi terealisasinya gerakan *entrepreneurship* (kewirausahaan) yang beberapa tahun belakangan ini memang menjadi program kebijakan pemerintah.

Sejauh ini memang kewirausahaan dipandang sebagai motor penggerak bagi perekonomian suatu negara. Kewirausahaan mempunyai peran penting dalam perkembangan perekonomian. Dalam hal ini kewirausahaan efektif dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui sumbangsuhnya terhadap pertumbuhan ekonomi maupun pemerataan pertumbuhan ekonomi (Joewono, 2011). Pertumbuhan ekonomi yang meningkat akan berdampak pula pada pengurangan pengangguran dan angka kemiskinan. Oleh karena begitu luas dampak positif yang ditimbulkan oleh *entrepreneurship* pada kemakmuran negara, maka sudah semestinya era digital ini disikapi dengan menjadikannya sebagai sebuah strategi untuk menguatkan perekonomian.

Jombang sendiri merupakan kota yang dapat dikatakan berpotensi dalam menciptakan masyarakat *entrepreneur*.

Hal ini sebagaimana disampaikan dalam penelitian Maryati dan Bambang (2015) yang menunjukkan bahwa masyarakat *entrepreneur* lebih mudah terbentuk di kawasan sekitar pesantren dan Jombang dikenal sebagai kota pesantren. Potensi *entrepreneur* tersebut tentunya juga akan lebih mudah terbangunnya pada generasi muda di Jombang mengingat potensi itu juga dapat tumbuh secara alamiah pada masyarakatnya. Namun demikian apakah dapat dikatakan sudah merata ataukah belum jumlah generasi muda yang melek teknologi karena Jombang bukanlah kota besar sehingga masih banyak juga generasi muda yang berada di pedesaan. Agar dapat diketahui hal tersebut maka penelitian ini bertujuan untuk mengkaji strategi menguatkan perekonomian melalui peran teknologi digital dalam menciptakan peluang bisnis bagi generasi muda untuk berwirausaha.

TINJAUAN PUSTAKA

Era Digital dan Peluang Bisnis

Era digital tidak dapat dilepaskan dari era perubahan, karena menurut Hussey (2000:6) terdapat 6 faktor yang menjadi pendorong bagi kebutuhan akan perubahan, yaitu:

1. Perubahan teknologi terus meningkat
Sebagai akibat perubahan teknologi yang terus meningkat, kecepatan penyusutan teknologi menjadi semakin meningkat pula. Perkembangan baru ini mengakibatkan perubahan ketrampilan, pekerjaan, struktur dan seringkali juga budaya. Dengan demikian sumber daya manusia harus selalu mengikuti perkembangan teknologi agar tidak tertinggal. Sumber daya manusia tidak boleh gagap teknologi.
2. Persaingan semakin intensif dan menjadi lebih global
Dalam dunia yang semakin terbuka terjadi persaingan yang semakin tajam dengan cakupan lintas Negara.

3. Pelanggan semakin banyak tuntutan
Dalam hal ini pelanggan tidak mau menerima layanan yang jelek atau kualitasnya rendah.
4. Profil demografis negara berubah
Perkembangan demografis akan sangat berpengaruh terhadap pola kebutuhan masyarakat. Oleh karena itu dunia usaha harus mampu menangkap kecenderungan tersebut.
5. Privatisasi bisnis milik masyarakat berlanjut
Privatisasi bisnis semakin luas dimana monopoli yang dimiliki sekelompok masyarakat tertentu menjadi hilang.
6. Pemegang saham minta lebih banyak nilai
Pengaruh pasar uang pada tuntutan terhadap kinerja korporat menciptakan tekanan untuk dilakukan perbaikan secara terus menerus pada pertumbuhan kapital dan pendapatan korporat.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disampaikan di sini bahwa pada hakekatnya kehidupan manusia diliputi oleh perubahan yang sifatnya berkelanjutan. Perubahan tersebut bisa disebabkan adanya faktor eksternal ataupun dirasakan sebagai suatu kebutuhan internal. Dalam dunia bisnis peluang akibat perubahan tersebut menjadi lebih luas. Tinggal manusianya apakah mampu menangkap peluang tersebut ataukah justru belum siap menerima perubahan. Maraknya teknologi digital saat ini dapat dikatakan sebagai salah satu bentuk dari manajemen perubahan dalam dunia usaha. Hal ini sebagaimana dikatakan oleh Wibowo (2016:241) bahwa manajemen perubahan ditujukan untuk memberikan solusi bisnis yang diperlukan dengan sukses.

Generasi Muda yang Berwirausaha

Tidak dapat dipungkiri generasi muda adalah generasi masa depan bangsa. Generasi yang diharapkan sebagai *agent*

of change bagi suatu negara menuju negara yang kompetitif. Tentu saja menghadapi era perubahan saat ini dituntut peran sumber daya manusia yang mampu menghadapi dinamika persaingan. Generasi muda sudah sepatutnya turut andil menangkap peluang bisnis dari era perubahan tersebut. Sebagai generasi yang produktif tentunya hal mudah bagi generasi muda dalam mengakses era teknologi dan itu merupakan kesempatan emas untuk menjadi wirausaha.

Generasi muda yang berwirausaha dengan mengandalkan pada kemampuan penguasaan teknologi dapat dikatakan sebagai wirausahawan. Sebagaimana dikatakan oleh Kasmir (2007:18) bahwa wirausahawan (*entrepreneur*) adalah orang yang merubah nilai sumber daya, tenaga kerja, bahan dan faktor produksi lainnya menjadi lebih besar daripada sebelumnya dan juga orang yang melakukan perubahan, inovasi dan cara-cara baru. Wirausahawan inilah yang dibutuhkan oleh negara saat ini karena kontribusinya bagi pertumbuhan perekonomian negara.

Kewirausahaan dan Perekonomian

Peran seorang *entrepreneur* bukan hanya dilihat sebagai sarana untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi saja, melainkan juga berperan dalam melakukan perbaikan kualitas hidup dan masyarakat. Salah satu penyebab negara-negara maju berhasil dalam meningkatkan perekonomiannya karena negara-negara tersebut berhasil menciptakan masyarakatnya sebagai *entrepreneur*. Hal ini dapat ditunjukkan dari hasil penelitian Ciputra (2009) berjudul “Solusi *Job Creation* di Tengah Krisis Global” yang menyatakan bahwa wirausahawan berperan besar dalam menciptakan lapangan kerja di Amerika Serikat dalam kurun waktu 1965-1985, padahal pada kurun waktu tersebut kondisi ekonomi Amerika Serikat tidak menguntungkan.

Sebagaimana disampaikan dalam artikel Maryati (2014) bahwa masyarakat Indonesia begitu tinggi motivasinya untuk menjadi pegawai baik di instansi pemerintah maupun swasta, terutama menjadi pegawai negeri (PNS). Padahal penerimaan pegawai di instansi tersebut sangatlah terbatas. Kondisi demikian harus disadari bahwa tidak ada pilihan lain selain harus menjadi *entrepreneur*. Ini sejalan dengan apa yang disampaikan oleh Pinayani (2006) bahwa salah satu strategi perluasan lapangan kerja adalah berupa usaha mandiri dan kewirausahaan maupun memperbanyak pelaku ekonomi baru. Dengan generasi muda berwirausaha berarti upaya strategi perluasan lapangan kerja telah terealisasi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan desain riset kualitatif fenomenologis dengan menganalisis peluang bisnis di era digital saat ini bagi generasi muda dalam berwirausaha untuk menguatkan perekonomian. Lokasi penelitian dilakukan di kabupaten Jombang dengan subyek penelitian mahasiswa yang juga berwirausaha dan diambil secara representatif. Pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, interview dan dokumentasi. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dengan langkah-langkah analisis data menurut Hesse dan Biber (2011:302-315) sebagai berikut: langkah 1: fase penyiapan data; langkah 2 dan 3: fase eksplorasi dan reduksi data; dan langkah 4: fase interpretasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Jombang merupakan salah satu kabupaten yang ada di propinsi Jawa Timur, terdiri dari 21 kecamatan, 4 kelurahan dan 302 desa. Dengan penduduk yang jumlahnya kurang lebih 1.201.557 jiwa, mayoritas mata pencaharian penduduk adalah sebagai buruh/karyawan swasta sebanyak

16.129 (37,07%) kemudian berturut-turut di sektor jasa dan perdagangan sebanyak 12.708 (29,21%), petani sebanyak 5.170 (11,88%) (sumber: data profil kabupaten Jombang, 2019). Berdasarkan data ini menunjukkan bahwa sektor perekonomian cukup lumayan bagus menjadi pilihan minat pekerjaan bagi penduduk Jombang untuk memenuhi kebutuhan hidup. Tidak mengherankan kalau Jombang dapat dikatakan sebagai kota yang cukup berpotensi dapat mengembangkan wirausahawan.

Kabupaten Jombang juga memiliki beberapa perguruan tinggi yaitu 4 universitas, 5 sekolah tinggi dan beberapa akademi. Tentunya ini dapat menjadi sarana strategis bagi penduduk Jombang yang memang ingin melanjutkan studi sampai ke jenjang perguruan tinggi (kuliah). Dengan kuliah di daerah sendiri akan dapat menekan biaya hidup dibandingkan sekolah di luar daerah sendiri. Melihat hal ini sangat dimungkinkan sekali meskipun Jombang termasuk kota kecil namun masyarakatnya banyak yang studi sampai ke jenjang perguruan tinggi. Maka masyarakat dengan label mahasiswa cukup banyak pula dapat dijumpai di kota ini.

Berdasarkan informasi yang didapat dari hasil interview dengan mahasiswa tentang teknologi digital dan peluangnya sebagai lahan usaha, didapatkan hasil bahwa teknologi digital memberikan peluang terbangunnya wirausaha pada generasi muda di kabupaten Jombang. Dari 25 mahasiswa yang diundang dan diwawancarai dalam FGD (*Focus Grup Discussion*) menyampaikan bahwa sebelum mereka mengetahui bahwa bisnis dapat dijalankan dengan sarana digital, mereka sangat tergantung dengan uang saku dari orang tua. Selain kebutuhan sehari-hari, untuk kebutuhan kuliah mereka hanya berharap pemberian orang

tua, tidak dapat mengelola keuangan sendiri sehingga tidak dapat menabung.

Dalam pemahaman mereka untuk menjalankan bisnis harus ada modal, tempat usaha, peralatan maupun *networking* agar mudah meraih konsumen. Hal inilah yang membuat generasi muda tersebut takut untuk memulai usaha, belum lagi kekhawatiran apabila nanti usaha tidak jalan. Namun setelah mereka mengetahui bahwa teknologi digital dapat dimanfaatkan untuk menjalankan kegiatan bisnis, merikapun tak mau menyia-nyaiakan peluang ini. Mereka juga jadi mengetahui tanpa modal besar dan tempat usaha hanya berbekal sarana digital mereka dapat mempromosikan produk-produk yang dijual melalui facebook, instagram dan media sosial lainnya kepada masyarakat luas. Dengan promosi melalui media sosial justru *market place* akan terbangun lebih mudah dan lebih luas. Dampak dari menjalankan bisnis dengan sarana digital adalah mereka mendapatkan penghasilan sendiri untuk memenuhi kebutuhan hidup minimal kebutuhan kuliah tanpa tergantung lagi pada orang tua.

Dampak lain dari usaha yang dijalankan dengan media sosial ini adalah rasa kekhawatiran maupun ketakutan yang selama ini menjadikan mereka takut memulai bisnis tidak dirasakan lagi. Hal ini dikarenakan sebagian dari mereka hanya sebagai *reseller* dengan menawarkan produk orang lain. Mereka cukup berperan sebagai marketer dari produk yang ditawarkan, sehingga kemungkinan resiko kecil. Sedangkan bagi mereka yang menjalankan bisnis dengan memproduksi sendiri produknya dan memasarkan secara online entah itu dilakukan sendiri ataupun melalui tenaga *reseller* akan merasakan keuntungan juga. Keuntungannya yaitu selain mendapatkan pangsa pasar lebih luas, mereka juga turut

andil dalam menciptakan *entrepreneur* dengan jasanya merekrut tenaga *reseller*.

Hasil penelitian ini menunjukkan kebenaran sebagaimana yang disampaikan oleh Hussey (2000) bahwa era perubahan yang dipicu diantaranya oleh meningkatnya teknologi telah membuka peluang bisnis menjadi lebih luas. Hal ini dapat dilihat dari turut sertanya salah satu elemen masyarakat yaitu generasi muda dalam memanfaatkan peluang tersebut. Kesempatan terbuka bagi siapapun yang ingin menjadi *entrepreneur*. Penelitian ini juga menjawab apa yang disampaikan oleh Joewono (2011) yang menyatakan bahwa kewirausahaan dapat menguatkan perekonomian. Dengan generasi muda menjadi *entrepreneur* secara tidak langsung strategi pemerintah untuk menguatkan perekonomian melalui kewirausahaan dapat terrealisasi sebagaimana hasil penelitian yang sudah dilakukan oleh Pinayani (2006).

KESIMPULAN

Teknologi digital telah memberikan peluang bagi terbangunnya wirausaha pada generasi muda. Dengan memanfaatkan media sosial mereka dapat menjalankan bisnis dan mempunyai penghasilan sehingga dapat mencukupi kebutuhan mereka sendiri. Generasi muda yang menjadi *entrepreneur* menunjukkan turut andilnya mereka dalam pencapaian perekonomian yang tangguh. Penelitian ini memberikan rekomendasi, agar perekonomian masyarakat terangkat sebaiknya ada program pelatihan melekat teknologi pada generasi muda khususnya di pedesaan. Tujuannya agar generasi muda pedesaan juga melekat teknologi yang dampaknya pada semakin banyaknya wirausaha, perekonomian juga terangkat. Keterbatasan penelitian ini adalah subyek penelitian hanya diambil dari mahasiswa yang menjalankan bisnis melalui media sosial. Akan lebih menarik hasilnya apabila penelitian yang akan datang

subyek penelitian juga diambil dari mahasiswa yang belum menjalankan bisnis melalui media sosial. sehingga hasilnya akan dapat dibandingkan antara mahasiswa yang menjadi *entrepreneur* dengan yang belum.

Wibowo. (2016). *Manajemen Perubahan*. Edisi Ketiga. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada

DAFTAR PUSTAKA

- Anonymous. (2019). Profil kabupaten Jombang. *www.google.com*. Diakses 3 Juli 2019.
- Ciputra. (2009). Solusi Job Creation di Tengah Krisis Global. SK Indopos (Sabtu 21 Pebruari 2009). Surat Kabar Harian. Jakarta.
- Hesse, S.N. dan Biber. P.L. (2011). *The Practice Of Qualitative Research*. London: SAGE publication.
- Hussey, D.E. (2000). *How to Manage Organisational Change*. London: Kogan Page Limited.
- Joewono. H. (2011). Strategi Pengembangan Kewirausahaan Nasional: Sebuah Rekomendasi Operasional. *Jurnal Infokop*, 19, 1-23.
- Kasmir. (2007). *Kewirausahaan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Maryati, W dan Bambang, S. (2015). Model Paguyuban Untuk Mempertahankan Usaha Entrepreneur Community di Kawasan Psantren Kota Jombang. *Proceeding FMI*.
- Maryati, W. (2014). Penguatan Entrepreneur Community Kawasan Pesantren dengan Model Manajemen Kemitraan untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat di Kabupaten Jombang. *Proceeding SNM Universitas Trunojoyo*.
- Pinayani, Ani. (2006). Prospek Masa Depan Kewirausahaan di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Koperasi*, 1(1), 1-11.