KEPUTUSAN MENDIRIKAN *STARTUP* BISNIS KREATIF

(STUDI KASUS BISNIS KREATIF SIDOARJO)

SKRIPSI

Oleh :

FITRAH DWI WAHYU SEPTIAN

NIM. G03214009

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

SURABAYA

2018

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama	: Fitroh Dwi Wahyu Septian
NIM	: G03214009
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam
Prodi	: Manajemen
Judul Skripsi	: Keputusan Mendirikan *Startup* bisnis Kreatif

Dengan sungguh-sungguh menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian yang dirujuk sumbernya.

Surabaya, 25 Mei 2018

Saya menyatakan,

METERAI TEMPEL
93675AFF146857466
6000
ENAM RIBU RUPIAH

Fitroh Dwi Wahyu Septian
NIM. G03214009

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis Fitroh Dwi Wahyu Septian NIM. G03214009 ini telah diperiksa dan disetujui untuk dimunaqosahkan.

Surabaya, 25 mei 2018

Pembimbing

Dr. Ir. Muhamad Ahsan, M.M

NIP: 196806212007011030

PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Fitroh Dwi Wahyu Septian NIM. G03214009 telah dipertahankan di depan sidang Majelis Munaqosah Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya pada hari dan tanggal: Kamis, 19 Juli 2018. Serta dapat diterima sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program sarjana strata satu Ilmu Manajemen.

Majelis Munaqosah Skripsi

Penguji I

Dr. Ir Muhamad Ahsan, MM
NIP.196806212007011030

Penguji II

Dr. Iskandar Ritonga, M.Ag.
NIP. 196506151991021001

Penguji III

Deasy Tantriana, M.M
NIP.198312282011012009

Penguji IV

Rizki Rahmadini Nurika, S.Hub.Int., M.A
NIP. 199003252018012001

Surabaya, 19 Juli 2018
Mengesahkan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Dekan,

Dr. H. Ah. Ali Arifin, M.M
NIP. 196212141993031002

v

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN
Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama	: FITROH DWI WAHYU SEPTIAN
NIM	: G03214009
Fakultas/Jurusan	: EKONOMI dan BISNIS ISLAM/ MANAJEMEN
E-mail address	: fitrahdwiwahyuseptian@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :
☑ Sekripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)
yang berjudul :
KEPUTUSAN MENDIRIKAN *STARTUP* BISNIS KREATIF (STUDI KASUS BISNIS KREATIF SIDOARJO)

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Ekslusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara ***fulltext*** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 30 Juli 2018

Penulis

(Fitroh Dwi Wahyu Septian)

ABSTRAK

Skripsi yang berjudul "**Keputusan Mendirikan *Startup* Bisnis Kreatif (Studi Kasus Bisnis Kreatif Sidoarjo)"** ini merupakan penelitian kualitatif yang bertujuan untuk menjawab pertanyaan tentang latar belakang mendirikan bisnis kreatif sesuai bidangnya dan bagaimana peran teknologi dalam merubah pola pikir seseorang untuk memutuskan mendirikan bisnis.

Metodologi penelitian yang digunakan adalah pendekatan fenomenologi dengan mengetahui sisi subyek dan obyektif pelaku bisnis kreatif dalam keputusan mereka mendirikan bisnis. Pungsi pendekatan fenomenologi pada penelitian konteks bisnis bertujuan untuk mengetahui pengalaman dan perjalanan dari masing-masing pelaku bisnis dalam menekuni masing-masing bidang bisnis yang dikerjakan hingga melahirkan makna dan esensi dari bisnis yang telah dijalankan. Pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara bersama pelaku bisnis kreatif (informan) dan observasi lapangan.

Hasil yang diperoleh adalah alasan dasar mendirikan *startup* bisnis kreatif adalah keberhasilan informan dari masing-masing pelaku bisnis dalam mengimplementasikan kemampuannya yang diwujudkan dalam bentuk bisnis. Kemampuan tersebut dikategorikan sebagai kemampuan *softskill* dan *hardskill* dari masing-masing pelaku bisnis, sedangkan peran teknologi turut memberikan pengaruh dalam aktivitas bisnis sebagai wadah dan fasilitas yang memudahkan masyarakat untuk berani mendirikan bisnis dengan memanfaatkan kemudahan demi kemudahan yang di tawarkan oleh teknologi saat ini.

Peneliti menyarankan kepada penelitian selanjutnya agar menambahkan jumlah informan pada bidang bisnis lain untuk menggenapkan bidang bisnis kreatif yang semakin bertambah, sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih luas mengenai keputusan mendirikan bisnis kreatif.

Kata kunci : *keputusan, startup, bisnis kreatif*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR ISI

Halaman

SAMPUL DALAM ii

PERNYATAAN KEASLIAN iii

PERSETUJUAN PEMBIMBING iv

PENGESAHAN v

PERNYATAAN PUBLIKASI vi

ABSTRAK vii

KATA PENGANTAR viii

DAFTAR ISI x

DAFTAR TABEL xii

DAFTAR GAMBAR xiii

BAB I PENDAHULUAN 1

A. Latar Belakang 1
B. Identifikasi Masalah 10
C. Rumusan Masalah 11
D. Kajian Pustaka 12
E. Tujuan Penelitian 15
F. Kegunaan Penelitian 16
G. Definisi Operasional 17
H. Metode Penelitian 18
1. Jenis Penelitian 18
2. Pendekatan Penelitian 18
3. Alur Penelitian 19
4. Informan Penelitian 20
5. Sumber Data 21
6. Teknik Pengumpulan Data 21
7. Teknis Analisa Data 22
I. Sistematika Pembahasan 24

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB II KERANGKA TEORITIS 26

A. Konsep Manajemen 26
1. Pengertian Manajemen 26
2. Manajemen Sumber Daya Manusia 27
3. Kemampuan *Soft Skill* dan *Hard Skill* pada Sumber Daya Manusia 28
B. Manajemen Pengambilan Keputusan 30
1. Pengertian Keputusan 30
2. Kategori Pengambilan Keputusan 32
3. Dasar Pengambilan Keputusan 32
4. Faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan 35
C. Manajemen Bisnis 37
1. Pengertian Bisnis 37
2. Tujuan Bisnis 37
3. Bisnis Pemula (*Startup Business*) 38
4. Karakteristik Pebisnis S*tartup* 39
5. Bisnis Kreatif 42
6. Peran Teknologi pada Bisnis 44

BAB III DATA PENELITIAN 49

A. Gambaran Umum *Startup* Bisnis Kreatif Pada Bidangnya..... 49
1. *Luxury Photoworks* 49
2. Putera Musik Studio 50
3. *Milkmoo* 52
4. *Spectra Dance* 53
5. Me Greeny 54
6. Libom Secondhandshop 55
7. *Rostenfell* 56
8. Kreasi Mira 57
9. Novelling 58
10. Info Darjo 59
11. UMKM *Development* 60
12. *Visual Report* 62
13. Alas *Outbound* 62
14. Alya *Craft* 63
15. *Game Modofication* 64
B. Latar Belakang *Startup* Mendirikan Bisnis Kreatif pada Bidangnya . 65
C. Peran Teknologi dalam Mengubah *Mindset* untuk Memulai Bisnis ... 90

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB IV ANALISIS DATA 94

A. Analisis Latar Belakang *Startup*
Mendirikan Bisnis Kreatif Pada Bidangnya 94
Kreatif Pada Bidangnya 94
1. Kemampuan *Soft skill* 95
a. *Soft Skill* Personal 95
b. *Soft Skill* Interpersonal 95
2. Kemampuan *Hardskill* 96
B. Peran Teknologi Dalam Mengubah *Mindset* untuk Memulai Bisnis .. 99
1. Sebagai Wadah Berkarya 99
2. Sebagai Pemasaran Digital 101
3. Sebagai Sarana Penunjang Bisnis 102
4. Teknologi Sebagai Identitas Bisnis 103

BAB V PENUTUP 106

A. Kesimpulan 106
B. Saran 107

DAFTAR PUSTAKA 109

LAMPIRAN 112

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR TABEL

Tabel

1.1 Data Klasifikasi Jenis Bisnis Kreatif di Indonesia 4

1.2 Penelitian terdahulu 12

1.3 Tabel Informan 20

3.1 Tujuan Mendirikan Bisnis Kreatif 67

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR GAMBAR

Gambar

1.1 Alur Penelitian 20

4.1 Dasar Keputusan Pebisnis 96

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Era teknologi yang semakin berkembang turut mendorong masyarakat Indonesia untuk lebih menyesuaikan kehidupan secara *modern* dan *dinamis*. Begitu pula dalam aspek ekonomi yang ditandai dengan meningkatnya kegiatan bisnis di setiap wilayah Indonesia. Dewasa ini, kegiatan bisnis tidak hanya sebatas pada kegiatan memperdagangkan barang secara fisik saja, melainkan dengan cara berdagang secara non fisik atau yang kerap disebut dengan bisnis *online*. Memanfaatkan teknologi untuk berbisnis *online* dirasa cukup efektif waktu, sebab para konsumen tidak harus menemui penjual secara langsung untuk melihat barang yang akan dibeli. Selain itu, memanfaatkan media *online* sebagai wadah bisnis juga memiliki tren *modern* bagi para pemilik bisnis, sebab sebuah bisnis yang memiliki lebel *modern* sering memanfaatkan teknologi *digital* dalam kegiatan operasi bisnis.

Demam bisnis *online* pun mulai mewarnai iklim bisnis di Indonesia, hal ini disebabkan karena berbagai faktor, seperti mudahnya akses *internet* yang ada di Indonesia, meningkatnya *mindset* masyarakat terhadap era teknologi, hingga dengan masuknya *patform* media sosial, seolah mendukung kegiatan berbisnis *online*. Pada tahun 2014, Indonesia mendapat dana Investasi sebesar Rp. 209 triliun yang masuk dari para investor asing guna menyokong pebisis di Indonesia. Mereka menjadikan Indonesia sebagai ladang *investasi* dengan alasan besarnya

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

potensi dari bahan baku mentah, SDM yang melimpah, besar dan berkembangnya pasar negara, padat akan populasi yang mana disesuaikan dengan kuatnya jumlah pembelian.[1] Berikut pandangan bisnis menurut M.Machfoed ;

> Memulai bisnis merupakan kegiatan bijaksana jika dipandang dari aspek sosial. Melahirkan sebuah bisnis sama dengan memperkecil pengangguran, serta menjalankan sebuah bisnis sama dengan memberi ilmu dan keterampilan kepada karyawannya. Artinya, pendiri bisnis memberikan dua hal positif dari bisnis yang sudah mereka dirikan, yakni bantuan dalam hal sosial dan *financial* dimana kewajiban layaknya pengusaha memberikan upah atau gahi pada tiap karyawannya.[2]

Kemudahan demi kemudahan dalam era *digital* ini nampaknya ditanggapi secara bijak oleh masyarakat Indonesia dalam melahirkan sebuah bisnis. Terbukti dengan masuknya platform *online* seperti *Kaskus*, *Facebook*, dan *Instagram*, seolah memberikan kemudahan masyarakat untuk menunjukkan bisnis yang telah digelutinya. Tidak berselang lama, para *startup* bisnis Indonesia mulai gencar dalam mendirikan karya bisnis kreatif yang berjalan pada berbagai bidang, seperti Go-Jek dan Bukalapak merupakan *startup* bisnis yang sukses dan menyandang predikat *unicorn* dari Indonesia. "Baik Go-Jek dan Buka Lapak memiliki persamaan dalam mendirikan sebuah bisnis. Masing-masing owner memberikan solusi untuk masyarakat Indonesia dalam hal kemacetan dan wadah menjual produk, sehingga mereka memberanikan diri untuk membuat suatu *project* sosial guna memfasilitasi masyarakat Indonesia".[3]

---

[1] http://www.CNN.com/id/5-sektor-bisnis-yang-menjanjikan-di-indonesia.html diakses pada 8 Nov 2017
[2] Suherman, *Entrepreneur Bussiness*, (Jakarta: Alfabeta 2009), 122
[3] Anis Uzzaman, *Startup Pedia*, (Jakarta: Bentang Pustaka, 2015), 87

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Kemajuan teknologi seolah memberikan banyak perubahan di Indonesia, terutama pada kemampuan sumber daya manusia sebagai kunci utama dalam beroperasinya sebuah bisnis. Masuknya era *digital* seakan mendorong sumber daya manusia untuk berpikir lebih praktis dan *dinamis*. Dampaknya, banyak kita jumpai sumber daya manusia kreatif dalam mengaplikasikan ide-idenya untuk dijadikan sebuah bisnis. Mayoritas pelaku bisnis kreatif di Indonesia adalah mahasiswa-Mahasiswi yang mencoba menciptakan *brand* dengan ide kreatifnya, dengan tujuan dapat meningkatkan nilai jual produk. Dalam pernyataannya, Leonard Theosabarata menjelaskan jika pelaku bisnis kreatif di Indonesia lebih sering di sebut *Creativepreneure*. Setiap tahunnya, para *Creativepreneure* Indonesia memiliki peluang besar untuk berkarya dan membuat suatu inovasi dalam skala besar. Namun, ada beberapa hal yang selalu menjadi hambatan para *Creativepreneure* di Indonesia, salah satunya ialah tidak ada wadah untuk membantu para pebisnis kreatif memamerkan hasil karyanya.[4] Dari pernyataan diatas dapat dibayangkan jika Indonesia memiliki sumber daya manusia yang kreatif dan terampil, terbukti dengan lahirnya para pebisnis muda yang siap bersaing secara global. Satu alasan yang di sayangkan ialah tidak adanya keseriusan pemerintah dalam menangani para kreator bisis kreatif di Indonesia.

Kini kegiatan bisnis kreatif pun mulai bertahap mewarnai setiap daerah di Indonesia. Setiap daerah memiliki cara dan keunikan tersendiri dalam memilih bisnis yang dijalankan. Dari banyaknya bisnis pemula yang muncul di Indonesia,

[4] https://www.WallStreetJournal.com, diakses pada 9 November 2017

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Kementrian Perindustrian Republik Indonesia mengklasifikasikan jenis bisnis sebagai berikut:

Tabel 1.1
Data Klasifikasi Jenis Bisnis Kreatif di Indonesia

No	Jenis Bisnis	Keterangan	2015	2016
1	**Periklanan**	Bisnis yang bergerak pada bidang periklanan, promosi publik, kampanye relasi, hingga media cetak dalam operasional kerjannya.	3168	3.754
2	**Arsitektur**	Kegiatan bisnis yang bergerak dibidang pembangunan dan informasi produksi, dan lainnya.	11.510	12.890
3	**Barang Seni**	Kegiatan bisnis yang bergerak untuk menghinpun koleksi barang antik langkah dan produk kuno.	1.737	20.001
4	**Kerajinan**	Kegiatan bisnis yang bergerak pada hasil kerajinan tangan berupa ukiran, aksesoris, marmer, dan lainnya.	84.222	92.650
5	**Desain**	Kegiatan bisnis yang berkaitan dengan desain visual 2 dan 3 dimensi, desain produk	22.234	25.042

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

		pengemasan, hingga pada desain interior.		
6	**Fashion**	Kegiatan bisnis yang berkaitan dengan dunia kreasi pakaian berupa desain busana, dasain outfit, hingga aksesoris yang umum digunakan oleh pria dan wanita.	164.438	181.570
7	**Video & Fotografi**	Kegiatan bisnis yang berkaitan dengan produksi perekaman video, jasa fotografi, hingga pembuatan *clip* cinematografi.	73.399	8401
8	**Musik**	Kegiatan bisnis yang berkaitan dengan produksi kreasi rekaman lagu, hak cipta, hingga komposisi musik.	4798	4817
9	**Seni Pertunjukan**	Kegiatan bisnis yang berkaitan dengan pengembangan sebuah pertunjukan kontemporer, drama, pameran busana, dan lain sebagainya.	186.768	208.632
10	**Riset dan Pengembangan**	Kegiatan bisnis yang berkaitan dengan penemuan inovatif berupa ilmu dan teknologi yang dianalogikan sebagai hal yang baru guna memenuhi kebutuhan pasar.	11.040	11.778
11	**Permainan Interaktif**	Kegiatan bisnis yang berkaitan dengan hal hal permainan atau kuis kreatif yang bersifat hiburan secara edukasi.	4.247	4.817
12	**Penerbitan dan Percetakan**	Kegiatan bisnis yang berkaitan dengan konten penulisan buku atau jurnal dan penerbitan buku dengan cara *digital*.	47.896	52.037
13	**Layanan Komputer dan**	Kegiatan bisnis yang berkaitan dengan pengembangan perangkat	9.384	10.064

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

	Piranti Lunak	lunak dan teknologi informasi, desain sistem informasi, serta desain portal.		
14	**Televisi dan Radio**	Kegiatan bisnis yang berkaitan dengan dunia produksi penyiaran dan dunia pertelevisisan.	17.518	20.340
15	**Kuliner**	Kegiatan bisnis yang berkaitan dengan penjualan makanan dan minuman secara kreatif dan *modern*.	186.768	208.632
	Total		**829.127**	**865.425**

Sumber data Kementrian Industri Republik Indonesia 2013[5]

Sejumlah peningkatan terlihat jelas pada semua jenis bisnis kreatif dalam kurun waktu dua tahun terakhir, hal ini menunjukkan adanya potensi besar bagi masyarakat Indonesia dalam hal pengambilaan keputusan bisnis. Dalam kurun waktu 2 tahun terakhir, industri bisnis kreatif di Indonesia mengalami progres dari setiap jenis bisnisnya. Tahun 2015 total pebisnis mencapai 829.127, sedangkan di tahun berikutnya mencapai 865.425. Artinya, industri bisnis di Indonesia mengalami kenaikan sebesar 1,4% menurut Kementrian Peindustrian Republik Indonesia.

Berkaitan dengan *progres* lahirnya pebisnis pemula di Indonesia, para pelaku bisnis tentunya memiliki analisa tertentu sebelum mendirikan atau menjalankan sebuah bisnis. Dalam dunia bisnis, hal ini sering dikatakan sebagai Manajemen Pengambilan Keputusan (*Decision Making*). Manajemen Pengambilan Keputusan digunakan sebagai alat pertimbangan dalam memutuskan suatu hal yang akan dijadikan sebuah *project*. "Esensi dari pengambilan

[5] http://www.kemenperin.go.id/, diakses 9 November 2017

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

keputusan terbagi menjadi dua kelompok, pertama ialah pertimbangan *utilitarian*, dimana dalam penjelasannya mencakup antisipasi pengaruh keputusan terhadap kesejahteraan pribadi pengambilan keputusan, dan yang kedua ialah, *Nonutilitarian* yang menjelasakan mengenai pertimbangan penyelesaian permasalahan dalam penolakan oleh orang lain".[6] Hal tersebut merupakan salah satu pernyataan dari ratusan ilmuan mengenai teknik pengambilan keputusan dalam kegiatan bisnis. Dalam hal ini, ilmu manajemen sangat diperlukan guna meminimalisir kesalahan pengambilan keputusan, sebab permasalahan utama yang dialami oleh para pebisnis *startup* ialah tidak maksimalnya perencanaan manajerial dalam hal pengambilan keputusan.

Kemunculan fenomena bisnis pun dirasakan oleh masyarakat kota Sidoarjo belakangan ini. Sidoarjo merupakan salah satu kabupaten di Jawa Timur yang berbatasan langsung dengan Surabaya, Gresik, dan Madura.[7] Sidoarjo yang kerap disebut sebagai kota UMKM, kini berubah menjadi kota dengan jumlah pebisnis pemula terbanyak kedua di Jawa Timur dimana kota Surabaya masih menduduki urutan pertama dalam melahirkan bisnis pemula.[8] Maraknya bisnis yang lahir bisnis di kota Sidoarjo bukan tanpa sebab, berubahnya tatanan kota dan diikuti oleh gaya hidup masyarakat yang tinggi seolah menjadi peluang bagi para pebisnis. Menurut pernyataan salah satu pelaku bisnis, lahirnya bisnis di kota Sidoarjo masih berkaitan dengan ramainya trend bisnis yang ada di Surabaya, sehingga mereka menduplikasi dan sedikit merubah bisnis mereka untuk

[6] Puguh Sugarso, *Manajemen Pengambilan Keputusan*, (Jakarta: Indeks 2013), 161
[7] http://www.sidoarjokab.go.id/ =profil_kabupaten diakses pada 9 November 2017
[8] http://www.sidoarjokab.go.id/bisnis/area/sidoarjo diakses pada 9 November 2017

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

diaplikasikan di kota Sidoarjo.[9] Selain itu, *mindset* masyarakat dalam berbisnis mulai nampak belakangan ini. Umumnya para pebisnis *startup* masih memainkan bisnis mereka pada sosial media, namun hal tersebut cukup membuktikan jika mindset *entrepreneurship* masyarakat kota Sidoarjo sudah terbentuk pada sebagian masyarakat.

Berkembangnya potensi bisnis di kota Sidoarjo sempat memberikan perbedaan cara pandang tentang makna *entrepreneurship* pada masyarakat kota. *Entrepreneurship* yang sering dimaknai sebagai sebuah usaha atau sebuah profesi, kini berubah menjadi gaya hidup tersendiri yang melekat pada masyarakat *modern*. Kenyataan ini dialami langsung pada masyarakat *modern* yang sekaligus sebagai pelaku bisnis di kota Sidoarjo, sebab banyak diantara mereka yang merangkap pekerjaan inti dengan berbisnis di rumah, baik itu bisnis secara fisik atau pun secara *online*.

Sikap dan cara pandang masyarakat Sidoarjo terhadap peluang bisnis seolah semakin luas dengan terlihatnya antusias mereka untuk mendirikan bisnis kratif pada masing-masing bidang. Dapat dikatakan, jika pola pikir yang dicerminkan oleh sebagian masyarakat Sidoarjo merupakan masuk pada era Z, dimana pada era ini masyarakat sangat akrab dengan teknologi dan media *digital*. Hal ini terlihat dari karakter sebagian masyarakat yang memiliki pemikiran (*open-minded*), spontan dalam mengungakapkan yang dirasakan dan dipikirkan. Beda

[9] Gading Satria, *Wawancara*, Sidoarjo, 28 Oktober 2017

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dai generasi X dan Y yang identik dengan konsumerisme, masyarakat generasi Z cenderung lebih berpendidik dan mutakhir.[10]

Berdasarkan uraian penjelasan diatas, peneliti tertarik untuk melakukan riset pada pelaku bisnis kreatif di kota Sidoarjo dengan memprioritaskan penelitian mengenai pengambilan keputusan yang dilakukan oleh pelaku bisnis dalam mendirikan bisnis yang mereka jalankan. Maraknya pebisnis *startup* yang mulai menunjukkan eksistensinya menjadi fenomena dan trend baru dalam iklim bisnis di kota Sidoarjo yang layak untuk ditelusuri lebih dalam oleh peneliti. Terutama menggali informasi dari pelaku bisnis mengenai alasan dasar mereka mendirikan *startup* bisnis kreatif serta tanggapan mereka dalam memaknai teknologi pada era *modern* saat ini.

[10] Wahyuni Pudjiastuti, *Social Marketing*, (Jakarta: YPI), 2014

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

B. Identifikasi dan Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, terdapat identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Identifikasi Masalah
   a. Masuknya teknologi di Indonesia tidak dimanfaaatkan secara maksimal. Sebagian besar masyarakat Indonesia hanya memanfaatkan teknologi hanya untuk mengoperasikan media sosial.
   b. Tidak ratanya binaan bagi pebisnis *startup* di Indonesia, mengharuskan para pebinis belajar secara individual dengan memanfaatkan media yang ada.
   c. kurangnya wawasan serta pelatihan (*makerspace*) terhadap para calon pebisnis, berdampak pada pebisnis *startup* sering tidak bisa konsisten dalam menjalankan kegiatan bisnis.
   d. Dampak kurang maksimalnya pemanfaatan teknologi di Indonesia adalah sering melahirkan produk tanpa mempertimbangkan unsur budaya Indonesia.
   e. Masyarakat Sidoarjo dinilai latah *(crowding effect)* dalam menyikapi trend bisnis yang sering ditemui saat ini.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Batasan Masalah

Berdasarkan hasil identifikasi masalah di atas, maka di lakukan pembatasan masalah agar penelitian ini lebih terarah dan fokus dalam topik bahasan. Dalam penelitian ini, peneliti lebih memfokuskan penelitian kepada:

a. kurangnya wawasan serta tempat pelatihan (*makerspace*) terhadap pebisnis *startup*, berdampak para pebisnis pemula yang sering tidak bisa konsisten dalam menjalankan kegiatan bisnis.
b. Masuknya teknologi di Indonesia tidak dimanfaaatkan secara maksimal. Sebagian besar masyarakat Indonesia hanya memanfaatkan teknologi hanya untuk mengoperasikan media sosial.

Dari kedua batasan masalah tersebut, peneliti mengharapkan adanya hasil yang maksimal dalam penelitian mengenai fenomena bisnis di Sidoarjo, sehingga layak menjadi penelitian yang rasional.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi dan batasan masalah yang telah dikemukakan, maka timbul rumusan masalah dalam penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana latar belakang *startup* mendirikan bisnis kreatif pada bidangnya?
2. Bagaimana peran teknologi dalam mengubah *mindset* untuk memulai bisnis?

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

D. Kajian Pustaka

Guna memperjelas permasalahan yang peneliti angat, maka perlunya kajian pustaka adalah sebagai gambaran ringkas tentang kajian enelitian yang sudah dilakukan dengan konteks topik yang relatif sepadan sehingga tidak terlihat jelas bahwa kajian yang dilakukan ini merupakan duplikasi dari penelitian yang sudah ada. Dari penjelasan tersebut, kurangnya diskirpsi terkait penelitian perlu dijelaskan. Penelitian yang dilakukan oleh peneliti membahas mengenai topik bisnis, dengan judul "Keputusan Mendirikan *Startup* Bisnis Kreatif di Kota Sidoarjo" Berikut adalah hasil penelitian terdahulu yang akan menjadi pandangan, referensi, serta bahan perbandingan dengan penelitian yang saat ini dilakukan. Perbedaan tersebut sebagaimana penjelasan dalam tabel berikut:

Tabel 1.2
Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul	Jenis Penelitian	Hasil Penelitian
1	Cristina Yunita Setyawati (7 Okt 2015)[11]	Eksporasi Faktor Penentu Keberhasilan Bisnis *Startup* Di Kota Surabaya	Kualitatif	Faktor penentu keberhasilan usaha *startup* di Surabaya adalah pendidikan *Entrepreneurship*. Ditunjukkan dengan pengalaman bisnis akan sangat berkontribusi dengan bisnis yang dijalankan

[11] Cristina Yunita Setyawati, "Eksporasi Faktor Penentu Keberhasilan Bisnis *Startup* di Kota Surabaya", (Skripsi – Universitas Ciputra, Surabaya, 2015)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

			Persamaan	Pebisnis *Startup* menjadi objek penelitian
			Perbedaan	Perusahaan atau instansi menjadi prioritas objek penelitian

2	Sri Nathasya Br Sitepu (1 April 2017)[12]	Pengaruh Faktor Internal terhadap Keberhasilan *Startup* Bisnis di Kota Surabaya	Kuantitatif	Kesuksesan bisnis di dukung oleh faktor internal perusahaan yang terdiri dari aspek SDM, Keuangan, Operasional, dan Pemasaran.
			Persamaan	Pebisnis *Startup* menjadi objek penelitian
			Perbedaan	Penelitian lebih fokus dalam pembuktian teori dalam hipotesa mengenai kunci sukses bisnis *startup* di tinjau dari aspek internal perusahaan

3	Zetry Prawira (6 Juli 2017)[13]	Pengaruh Animal Spirit Terhadap Evaluasi Keputusan Investasi TI (Studi Kasus Industri *Startup* TI)	Kualitatif	Adanya temuan baru diluar proposisi penelitian yang dibedakan menjadi dua faktor. Pertama, faktor sumber daya manusia. Dimana SDM menjadi poin dalam mempengaruhi pilihan

[12] Sri Nathasya Br Sitepu, "*Pengaruh Faktor Internal Terhadap Keberhasilan Startup Bisnis di Kota Surabaya*", (Skripsi – Universitas Ciputra, Surabaya, 2017)
[13] Zetry Prawira, "*Pengaruh Animal Spirit Terhadap Evaluasi Keputusan Investasi TI"*, (Skripsi – Manajemen Bisnis, Institut Teknologi Sepuluh November Surabaya, 2017)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

				investasi di bidang IT. Kedua, faktor asumsi probilitas perubahan model pengembangan bisnis.
			Persamaan	Pebisnis *Startup* menjadi objek penelitian
			Perbedaan	Variabel dan jenis bisnis yang akan diteliti tidak terpaku pada bisnis IT

4	Hanssens, B.J., Deloof, M., Vanacker, T (22 Jan 2016)[14]	*The Evolution of Debt Policies: New Evidence from Business Startup*		Adanya temuan perspektif baru dalam meningkatkan keputusan keuangan para bisnis pemula.
			Persamaan	Pebisnis *Startup* menjadi objek penelitian
			Perbedaan	Tidak menyertakan fenomena bisnis, namun fokus pada kebijakan hutang pebisnis pemula

5	Michael Dwianto Nirwan (12 Agt 2014)[15]	*Barriers in Implementing the Lean Startup Methodology in Indonesia – Case Study of B2B Startup*		Ditemukannya sebuah prinsip yang menghambat akses pelanggan, yang disebabkan oleh gagasan pivot dan tidak adanya dukungan akses untuk mendapat *feedback* pelanggan, kecuali interaksi langsung dengan pelanggan .
			Persamaan	Pebisnis *Startup* menjadi objek penelitian
			Perbedaan	Mencari letak hambatan perusahaan pemula di Indonesia untuk berkembang

Sumber: Diolah oleh peneliti

[14] Hanssens, B.J., Deloof, M., Vanacker, T, "The Evolution of Debt Policies: New Evidence from Business Startup", *Jurnal Internasional*, (2016)
[15] Michael Dwianto Nirwan, "Barriers in Implementing the Lean Startup Methodology in Indonesia – Case Study of B2B Startup", *Jurnal Internasional*, (2014)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dari beberapa penelitian di atas dijelaskan tentang persamaan dan perbedaan dengan penelitian ini. Dari keseluruhan penelitian di atas, tidak terdapat persamaan yang signifikan dengan penelitian penulis, hanya terdapat persamaan pada salah satu variabel yaitu tentang bisnis. Dalam penelitian ini, peneliti lebih fokus untuk menggali data mengenai latar belakang pengambilan keputusan untuk mendirikan *startup* bisnis kreatif. Penulis sangat terbantu dengan adanya penelitian terdahulu yang relevan. Sebab, dengan adanya persamaan topik atau fokus penelitian, maka penulis akan lebih mudah mendapatkan referensi dalam penelitiannya.

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian yang akan dicapai adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui bagaimana latar belakang para *startup* mendirikan bisnis kreatif pada masing-masing bidang.
2. Untuk mengetahui peran teknologi dalam mengubah *mindset* untuk memulai bisnis.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

F. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Teoritis

Hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangan pemiiran secara teoritik maupun konseptual dalam rangka pengembangan ilmu di bidang Manajemen tepatnya mengenai pengambilan keputusan bisnis. Serta dapat menjadi pembanding pada penelitian selanjutnya.

2. Praktis

a. Penulis

Sebagai jembatan untuk menerapkan kajian ilmu teoritis dalam praktik dan menambah wawasan tentang pengambilan manajemen pengambilan keputusan.

b. Akademisi

Memberikan informasi mengenai penelitian mengenai pengambilan keputusan dalam konteks bisnis.

c. Pembaca/Pihak Lain

Sebagai bahan referensi dalam meneliti, menganalisa, mengukur, mengkaji, dan mengembangkan permasalahan yang sama di masa yang akan datang.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

G. Definisi Konseptual

Definisi konseptual merupakan penarikan batasan yang menjelaskan suatu konsep secara singkat, jelas, dan tegas. Untuk memudahkan dalam memahami skripsi ini, peneliti akan mendefinikasikan beberapa istilah, antara lain :

A. Keputusan

Keputusan merupakan hasil dari proses pendekatan yang membawa pada penentuan tindakan yang matang diantara beberapa alternatif yang tersedia.[16]

B. Bisnis Pemula (*Startup Business*)

Bisnis pemula (*startup business*) merupakan bisnis dengan orientasi dalam masa merintis atau sedang masa berkembang dengan tujuan mencari model bisis secara *repeatable* dan *scalable.*[17]

C. Bisnis Kreatif

Bisnis kreatif adalah jenis bisnis yang dikembangkan dengan mengutamakan keterampilan, inovasi, ide dan kreativitas dengan mengutamakan Sumber Daya Manusia sebagai faktor produksi dalam menjalankan operasional bisnis.[18]

---

[16] Puguh Sugarso, *Manajemen Pengambilan Keputusan*, (Jakarta: Indeks 2013), 143
[17] Anis Uzzaman, *Startup Pedia*, (Jakarta: Bentang Pustaka, 2015), 16
[18] Charles Landry, *The Creative Cities*, (Jakarta: Visimedia), 14.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

H. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitin

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif. Penelitian Kualitatif merupakan suatu penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek ilmiah, dalam hal ini peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan melalui tahap observasi dan wawancara, sedangkan untuk proses analisis, peneliti menggunakan unit makna bersifat mencari esensi dari informan. Penelitian kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menerapkan bentuk diskripsi kata dan lisan yang dihasilkan oleh informan penelitian dengan melaksanakan prosedur sesuai dengan metode ilmiah.[19]

2. Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan fenomenologi. Pendekatan fenomenologi digunakan untuk mempelajari pengalaman dan perjalanan yang telah dialami oleh seseorang dengan kondisi yang relevan.[20] Dalam pembahasannya, fenomenologi di artikan oleh Edmund Husserl sebagai gejala yang nampak melalui kesadaran seseorang. Implementasi fenemonologi dalam bisnis dijelaskan oleh teori Bjerke dimana pengalaman dan keyakinan diri menjadi garis besar dalam memutuskan untuk mendirikan bisnis.[21]

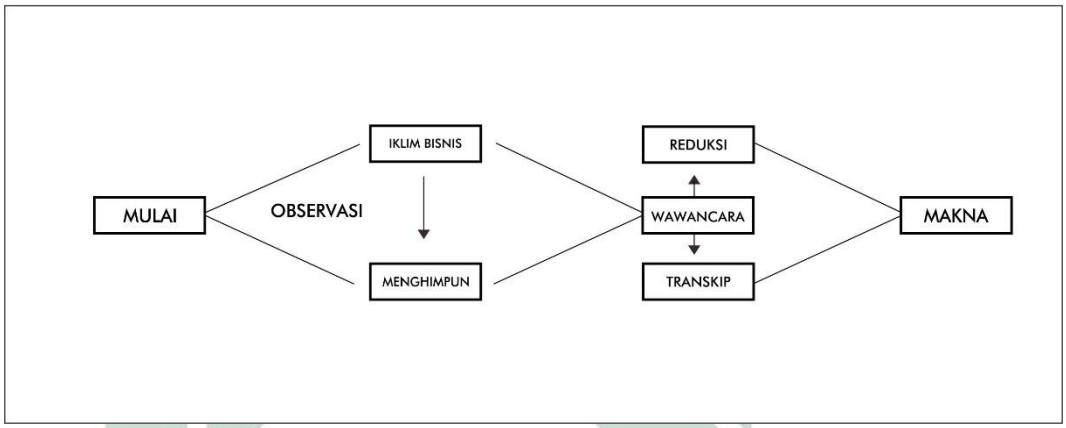
3. Alur Penelitian

[19] Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Rosda, 2007), 6
[20] J Jozef R. Raco, *Metode Fenomenologi pada Entrepreneurship*, (Jakarta: Grasindo, 2012), 19
[21] Ibid., 26

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Gambar 1.1

Alur Penelitian



Peneliti lebih dulu terjun ke lapangan untuk mengetahui secara pasti mengenai fenomena bisnis yang terjadi di Sidoarjo. Hasil survey lapangan dilanjutkan dengan cara menghimpun/mengkategorikan jenis bisnis kreatif dilanjutkan pada proses penggalian data melalui teknik wawancara dengan pelaku bisnis. Data dalam bentuk informasi yang diberikan oleh pelaku bisnis disajikan dalam bentuk transkip yang selanjutnya akan dilakukan proses reduksi dengan tujuan untuk mencari data lebih tajam dari informasi yang telah diberikan oleh informan penelitian. Output dari proses reduksi data merupakan kesimpulan yang memiliki makna dari masing-masing informan pelaku bisnis kreatif.

4. Informan Penelitian

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pemilihan informan dilakukan peneliti dengan menggunakan teknik purposive sampling, yakni pengambilan sampel dengan pertimbangan sesuai dengan kebutuhan penelitian dan dalam posisi terbaik untuk memberikan berbagai macam informasi yang diperlukan. Dalam hal ini peneliti memutuskan 15 informan yang statusnya sebagai pelaku bisnis *startup* kreatif pada bidangnya masing-masing guna membantu mendapatkan informasi dari topik penelitian yang diangkat.

Tabel 1.3
Data Informan Penelitian

No	Nama	Nama Bisnis	Bidang Bisnis
1	Gading Satria	Milkmoo	Kuliner
2	Ade Syaifuddin Latif	libomsecondhandshop	Fashion
3	Eko Nowo. T	Luxury Photoworks	Foto & Videografi
4	Nenny	Alya Craft	Kerajinan
5	Almira Istibsyaroh	Kreasi Mira	Desain
6	Iffan	Info Sidoarjo	Periklanan
7	Joko	Putera Music Studio	Musik
8	Mila Andayani	Spectra Dance	Seni Pertunjukan
9	Bayu Pratama	Game MOD	Layanan Komputer dan Piranti Lunak
10	Budi Setiawan	Bisnis Development	Riset dan Pengembangan
11	Dewi	Megreeny	Arsitektur
12	Priyono	Alas Outbound	Permainan Interaktif
13	Dimas Trianggara	Visual Report	Pertelevisian
14	Desi Tri	Novelling	Penerbit
15	Fajar	Rostenfell	Barang Antik

Sumber data pra riset observasi lapangan[22]

5. Sumber Data

[22] Observasi, *Bisnis Kreatif*, Sidoarjo 4-11 Desember 2017

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Sumber data adalah darimana data dapat diperoleh atau dihasilkan. Pada penelitian kualitatif, sebagian besar data adalah non-numerik. Data yang dihasilkan sifatnya dalam bentuk ungkapan atau diskripsi. Untuk menggambarkan fakta dan fenomena yang diamati. Berikut jenis data yang akan digunakan oleh peneliti:

a. Sumber Data Primer

Data premier bersumber dari pemilik sekaligus pelaku bisnis pemula di kota Sidoarjo melalui wawancara dan observasi secara langsung.

b. Sumber Data Sekunder

Data sekunder bersumber dari pihak lain selain informan penelitian atau dokumen tertulis yang dimiliki oleh masing-masing pemilik usaha yang berisi tentang informasi mengenai bisnis yang dijalankan.

6. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang dilakukan oleh peneliti dalam mendapatkan data dan informasi yang dibutuhkan.

a. Wawancara

Teknik wawancara dengan informan dilakukan untuk mendapatkan informasi secara langsung dari pelaku bisnis s*tartup*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kreatif. Informasi yang dihasilkan langsung dari pelaku bisnis adalah data murni hanya dapat dihasilkan pada teknik wawancara.[23]

b. Observasi

Teknik Observasi dilakukan dengan mendatangi informan langsung ke lapangan. Kemungkinan mendapatkan informasi dengan mendatangi langsung para informan adalah, dapat mengetahui bagaimana peneliti dalam membaca perilaku, gaya tubuh yang berguna dalam menilai karakter informan. Observasi juga berarti peneliti berada bersama informan, jadi peneliti bersama informan akan membantu untuk memperoleh banyak informasi yang tersembunyi dan mungkin tidak terungkap selama wawancara.[24]

7. Teknik Analisis Data

Pada pendekatan fenomenologi, teknik analisis data menggunakan reduksi *eidetis*, yakni teknik analisa data berupa *breketting* atau mengurungi kata untuk mencari makna dari data yang diberikan oleh informan penelitian. Pemaknaan, yakni menganalisa data dari informan untuk mengetahui kesadaran dan pengegalamannya yang ditinjau dalam pendekatan fenomenologi. Penyimpulan data, yakni berupa esensi yang didiskripsikan dalam bentuk proposisi minor dan mayor.[25]

A. Reduksi

[23] Ibid., 104
[24] Ibid., 108
[25] Ibid., 244

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Teknik reduksi dilakukan oleh peneliti sebagai proses pemilihan data berdasarkan informasi yang telah diberikan oleh informan penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan reduksi *eidetis* dengan cara pengurungan (*breaketing*) atau *epoche* untuk mendapatkan inti dari sebuah fenomena. [26]

B. Memaknai (*Meaning Unit*)

Teknik memaknai digunakan pada pendekatan fenomenologi untuk mengungkap makna dari informasi yang diberikan oleh informan penelitian dalam mengimplementasi kesadaran dan pengalamannya pada dunia bisnis. Tujuannya ialah untuk melahirkan *rigoritas* dalam pendekatan fenomenologi, yakni bentuk tidak adanya intervensi dari peneliti dalam mempengaruhi jawaban informan.[27]

C. Penyimpulan Data

Teknik penyimpulan data dilakukan ketika data benar-benar telah terpenuhi sesuai prosedur penelitian. Pada pendekatan fenomenologi, penyimpulan data di wujudkan dalam bentuk arti dan makna untuk mengungkap hakikat dari informan penelitian. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif merupakan proposisi dari

[26] Ibid., 247
[27] Ibid.,119

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

temuan dalam bentuk dugaan sementara yang layak untuk dibuktikan dengan melakukan penelitian selanjutnya.[28]

I. Sistematika Pembahasan

Untuk memperoleh gambaran yang jelas mengenai isi dari penelitian ini maka diperlukan sistematika penulisan yang sederhana, sehingga pembaca tidak kesulitan dalam membaca maupun memahami isi dari penelitian. Sistematika penulisan ini merupakan suatu pembahsan garis besar dari tiap bab, sebagaimana dijalaskan sebagai berikut:

Bab Pertama, berisi tentang pendahuluan yang memuat latar belakang masalah, identifikasi dan batasan masalah, rumusan masalah, kajian pustaka, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, definisi operasional, metode penelitian (informan, alur penelitian, teknik pengumpulan data, analisis data dan sistematika pembahasan)

Bab kedua, berisi tentang kajian teoritis yang membahas teori yang digunakan dan berkaitan dengan penelitian yang meliputi teori tentang manajemen pengambilan keputusan, *startup* bisnis dan bisni kreatif.

Bab ketiga, berisikan data Penelitian serta memuat deskripsi data yang berkenaan dengan variabel yang diteliti secara obyektif. Pada bab ini terbagi menjadi tiga sub bab, pada sub bab pertama membahas mengenai gambaran umum bisnis kreatif. Sub bab kedua membahas tentang latar belakang pelaku *startup* mendirikan bisnis kreatif pada masing-masing

[28] Ibid., 252

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

bidang. Sub bab ketiga membahas peran teknologi dalam mengubah *mindset* untuk memutuskan memulai bisnis.

Bab keempat, berisi tentang analisis hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti yang mengacu pada rumusan masalah. Pertama mengenai latar belakang *startup* mendirikan bisnis kreatif pada masing-masing bidangnya. Kedua mengenai peran teknologi dalam mengubah *mindset*.

Bab kelima, merupakan bab penutup yang berisikan kesimpulan dari bahasan pokok yang telah dibahas pada bab sebelumnya serta meninggalkan saran dari peneliti.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB II

KERANGKA TEORITIS

A. Konsep Manajemen

1. Pengertian Manajemen

Istilah manajemen merupakan dasar dari kata '*to manage'* yang diartikan sebagai "mengatur". Secara general, manajemen diartikan sebagai seni untuk mengendalikan kegiatan dalam mencapai tujuan dengan menggunakan sumber daya organisasi melalui proses perencanaan, pengorganisasian, dan pengarahan yang akurat. Eiji Ogawa memepertegas arti manajemen sebagai berikut; manajemen adalah pengimplementasian dan pengendalian diri tiap kegiatan dengan menetapkan tujuan yang disempurnakan sesuai kondisi (flexibel). [1] Seiring berkembangnya zaman dan di dukung oleh pengetahuan yang semakin tinggi, ilmu manajemen mengalami beberapa kategori. Hendry Fayol mengkategorikan unsur ilmu manajemen menjadi :

a. Manajemen Sumber Daya Manusia
b. Manajemen Operasional
c. Manajemen Strategi
d. Manajemen Pemasaran
e. Manajemen Keuangan
f. Manajemen Informasi Teknologi

Manajemen pada era modern di tandai dengan munculnya konsep *Total Quality Management* (TQM) yang dicetuskan oleh Edward

[1] Mardalena, *Pengantar Manajemen*, (Jakarta: Kencana, 2015), 13

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Deming dan Josep Juran. Lahirnya TQM pada era *modern* ditengarai oleh temuan dari beberapa permasalahan yang sering timbul pada kualitas produksi berawal dari kesalahan sistem yang tidak direncanakan secara maksimal. Permasalahan lain muncul yang di sebabkan oleh kontrol manajemen yang berdampak pada kegagalan produksi. Dua permasalahan terebut menjadi sebuah era dimana menejemen dapat berkembang dengan mengikuti era *modern* dalam pemanfaatan teknologi global.

2. Manajemen Sumber Daya Manusia

Manajemen Sumber Daya Manusia atau Manajemen SDM merupakan ilmu tentang cara mengatur bagaimana hubungan serta peranan tenaga kerja secara efektif dan efisien sehingga dapat dimaksimalkan untuk mencapai tujuan organisasi. Manajemen Sumber Daya Manusia memiliki konsep dasar dalam menempatkan semua karyawan sebagai manusia. Dalam artian, karyawan bukan hanya menjadi mesin pendukung saja, melainkan aset yang wajib dijaga dalam keberlangsungan organisasi. Unsur utama MSDM adalah manusia, karena dalam hal ini peran manusia menjadi prioritas dalam melaksanakan rencana hingga mencapai tujuan.[2]

[2] Raymond A. Noe, *Human Resource Management*, (Jakarta : Salemba Empat), 2014, 29

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Kemampuan *Softs kill* dan *Hard skill* Pada Sumber Daya Manusia

Salah satu peran Manajemn Sumber Daya Manusia adalah kepandaian menganalisa seseorang. Artinya, seorang yang berprofesi sebagai MSDM perlu mengetahui karakter seseorang yang dilihat dari kemampuan dasar tiap individu dalam mengklasifikasikan *job description* yang sesuai dengan seseorang. Salah satunya ialah dengan menilai karakter seseorang dari aspek *softs kill* dan *hard skill* sebagai berikut [3] :

a. *Soft skill*

Soft skill merupakan istilah dalam sosiologi tentang EQ (Emotional Intelligence Quotient) seseorang, yang dapat dikatagorikan sebagai klusterkan menjadi kehidupan sosial, komunikasi, bertutur bahasa, kebiasan, keramahan, optimasi.

Kemampuan *soft skill* terbagi menjadi dua indikator sebagai berikut [4] :

1) Personal *Skill*, keterampilan seseorang dalam mengatur dirinya sendiri untuk berkembang secara optimal meliputi [5] :

- Manajemen waktu
- Manajemen stress
- Manajemen perubahan
- Karakter transformasi

[3] Arif Yusuf Hamali, *Pemahaman MSDM*, (Jakarta : Grasindo), 2015, 74
[4] Ibid., 77
[5] Ibid., 81

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

- Berpikir kreatif
- Memiliki acuan dan tujuan positif

2) Interpersonal *Skill*, keterampilan seseorang dalam menjalin hubungan dengan orang lain untuk pengembangan kerja secara optimal meliputi [6] :

- Kemampuan memotivasi
- Kemampuan memimpin
- Kemampuan negosiasi
- Kemampuan presentasi
- Kemampuan komunikasi
- Kemampuan membuat relasi
- Kemampuan berbicara di muka umum

Soft skill meliputi semua aspek keterampilan generik yang mencakup unsur-unsur kognitif yang terkait dengan keterampilan non-akademik. Unsur-unsur *soft skill* yang perlu dikuasai oleh seseorang khususnya oleh para mahasiswa dimana mereka telah merasakan lingkungan akademi yang mendukung dalam membentuk pribadi yang memiliki kompetensi.

b. Hard skill

Hard skill merupakan penguasaan ilmu pengetahuan pada teknologi dan keterampilan teknis yang berhubungan dengan bidang ilmu yang digelutinya. Pada aspek *hard skill*, kemampuan teknis menjadi suatu hal yang menonjol

[6] Ibid., 86

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

untuk yang dapat dilihat karena sifatnya *visible* pada individu meliputi[7] :

- Kemampuan bahasa asing
- Sertifikasi
- Piagam
- Mampu mengoperasikan teknologi
- Peka terhadap perkembangan teknologi dan *software*
- Keahlian pada bidang tertentu

Dalam dunia kerja *hard skill* sudah pasti dibutuhkan untuk bisa bekerja dengan tepat tujuan. Dengan pernyataan tersebut bukan berarti dengan mengandalkan *hard skill* seseorang memiliki karir yang dapat dibilang bagus, seorang MSDM akan mempertimbangkan kedua aspek *soft skill* dan *hard skill* dalam menentukan keputusan sesuai dengan kebutuhan.

B. Manajemen Pengambilan Keputusan

1. Pengertian Manajemen Pengambilan Keputusan

Sebuah keputusan merupakan jalan keluar dari berbagai macam permasalahan yang dapat diselesaikan dengan cara dan jalan yang tegas. Hal tersebut berkaitan dengan sebuah perencanaan yang akan dibangun dalam suatu *project* tertentu. Keputusan merupakan bagian dari sebuah proses pemikiran yang mengerucut kepada jalan alternatif atau solusi tegas yang dihadapi.

[7] Ibid., 93

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Sebuah keputusan adalah unsur utama yang wajib dimiliki oleh seorang pemimpin. Keberanian seorang pemimpin dalam memberikan keputusan akan mempengaruhi berbagai hal, salah satunya kepada para bawahannya. Ketegasan yang dimiliki oleh pemimpin akan memberikan keseimbangan terhadap bawahan dan disiplin yang harus ditegakkan. Lahirnya keseimbangan antara atasan dan bawahan kerap disebut sebagai *Basic Of Human relation Decicion*[8].

R. Terry mendefinisikan pengambilan keputusan merupakan opsi alternatif dari dua hal untuk menyelesaikan masalah yang dihadapkan pada seorang pimpinan. Sedangkan menurut siagan mengartikan pengambilan keputusan sebagai suatu pendekatan terhadap hakikat suatu masalah, pengumpulan fakta-fakta dan data, penentuan yang matang, dan alternatif yang dihadapi dengan sebuah tindakan yang tepat.

Dari kedua pengertian tersebut maka dapat ditari sebuah kesimpulan jika sebuah keputusan diambil dengan sengaja dan penuh pertimbangan. Melahirkan keputusan tidak dapat sembarangan, sebab itu pengambil keputusan hendaknya mengetahui akar permasalahannya terlebih dahulu, sedangkan pemecahnya harus didasari pemilihan alternatif sebagai solusi terbaik sebagai jalan keluarnya.

[8] Puguh Sugarso, *Manajemen Pengambilan Keputusan*, (Jakarta: Indeks 2013), 6

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Kategori Pengambilan Keputusan

   a. Keputusan terprogram

      Keputusan terprogram atau terstruktur dapat digunakan untuk menyelesaikan permasalahan yang dialami organisasi. Pada umumnya, keputusan terprogram memiliki struktur yang baik karena sesuatu yang diukur sudah jelas, tersedianya informasi mengenai kinerja, memiliki alternatif keputusan dan tingkat relatif yang cukup tinggi.

      Keputusan tidak terprogram.

      Keputusan tidak terprogram biasa digunaka untuk menyelesaikan permasalahan yang sebelumnya belum pernah dialami, sehingga timbul ketidakpastian apakah keputusan yang diambil dapat sepenuhnya menyelesaikan sebuah permasalahan atau tidak. Dengan demikian dampak pada keputusan tidak terstruktur menghasilkan alternatif yang lebih sedikit dibandingkan keputusan tersprogram.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tingginya ketidakpastian pada keputusan melibatkan perencanaan strategik yang lebih matang.[9]

3. Dasar Pengambilan Keputusan

a. Pengambilan keputusan berdasarkan intuisi

Pengambilan keputusan dengan menggunakan intuisi sering bersifat subyektif. Kegiatan pengambilan dengan intuisi akan memiliki keuntungan dengan lebih cepat dan tidak membutuhkan banyak waktu yang lama. Selain itu pengambilan keputusan berdasarkan intuisi dilakukan oleh satu pihak yang berwenang akan meminimalisir adanya pertentangan dari beberapa orang. Penggunaan intuisi akan lebih tepat dalam menyelesaikan permasalahan yang bersifat kemanusiaan. Pemilihan keputusan dengan intuisi tidak membutuhkan banyak waktu. Untuk permasalahan yang dampaknya terbatas, pengambilan keputusan dengan intuisi akan dirasa tepat. Namun keputusan menggunakan intusisi sulit diukur standar kebenarannya, sebab pengambilan keputusan dengan intuisi hanya diambil oleh satu pihak saja, sehingga hal-hal yang lain sering diabaikan.

b. Pengambilan Keputusan Rasional

[9] Ibid., 24.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Sifat pada pengambilan keputusan rasional lebih digunakan untuk menyelesaikan permasalahan yang bersifat obyektif, sebab itu perlu diselesaikan dengan metode pengambilan keputusan rasional. Dalam perusahaan, pengambilan keputusan rasional dapat diukur apabila bawahan bisa bekerja dengan optimal dalam terlaksananya kebijakan perusahaan.[10]

c. Pengambilan Keputusan Berdasarkan Fakta

Istilah fakta perlu dikaitkan dengan data dan informasi yang memadai dalam pengambilan sebuah keputusan. Kumpulan fakta yang telah dihimpun secara sistematis dinamakan sebagai data, sedangkan informasi adalah hasil dari olah data. Sebab itu, data harus diolah terlebih dahulu untuk dijadikan informasi yang kemudian dijadikan dasar pengambilan keputusan. Sebuah keputusan yang telah memiliki informasi yang cukup, merupakan keputusan yang baik dan solid. Pengambilan Keputusan Berdasarkan Pengalaman Kerap kali sebelum memutuskan sebuah keputusan, seorang pimpinan mengingat-ingat apakah pernah memiliki kasus yang sama. Dalam hal ini, pimpinan dituntut untuk dapat menyelesaikan permasalahan

[10] Ibid., 29

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dari pengalaman yang pernah ia miliki sebelumnya. Sebuah pengalaman dapat dijadikan landasan dalam pengambilan keputusan. Keputusan berlandaskan pengalaman bermanfaat bagi pengetahuan praktis. Jam terbang yang dimiliki, serta pengalaman dalam keterlibatan pengambilan keputusan akan membantu dalam memudahan penyelesaian permasalahan.[11]

d. Pengambilan Keputusan Berdasarkan Wewenang

Keputusan berdasarkan wewenang memiliki beberapa keuntungan. Keuntungan-keuntungan tersebut antara lain Banyak diterimanya oleh bawahan, memiliki otentisitas (otentik), dan juga karena didasari wewenang yang resmi maka sifatnya akan lebih permanen. Keputusan yang berdasarkan pada wewenang semata maka akan menimbulkan sifat rutin dan mengasosiasikan dengan praktik diktatorial. Keputusan berdasarkan wewenang kadangkala oleh pembuat keputusan sering melewati permasahan yang seharusnya dipecahkan justru menjadi kabur atau kurang jelas.[12]

4. Faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan

[11] Ibid.,32
[12] Ibid.,*37*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Beberapa faktor yang harus diperhatikan dalam menjelaskan pengaruh dalam pengambilan keputusan, antara lain jenis kelamin, peran pengambilan keputusan, dan keterbatasan kemampuan. Sedangkan pengambilan keputusan oleh individu dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya ialah nilai individu, kepribadian, dan kecenderungan dalam pengambilan resiko.

a. Nilai Individu

Individu sebagai pengambil keputusan merupakan hal yang paling dasar untuk digunakan oleh individu dalam menghadapi sebuah permasalahan. Hal tersebut telah dimiliki sejak usia dini melalui lingkungan dan adaptasi diri. Selain itu, dalam keadaan tertentu seseorang tidak dapat merencanakan dan menyusun alternatif guna menyelesaikan permasalahan.[13]

b. Kepribadian

Psikologis menjadi faktor utama terhadap bagaimana seseorang mengambil sebuah keputusan berdasarkan dari kebribadian. Dalam hal ini, kebribadian seseorang dibagi menjadi dua bagian, seperti ideologi terhadap kekuasaan, dan emosional terhadap obyektivitas.

[13] Ibid.,39

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Sebuah keputusan yang lahir dari aspek ideologi sifatnya lebih terletak pada filosofi atau memiliki prinsip tertentu.[14]

c. Kecenderunngan Terhadap Pengambilan Resiko

Pemimpin harus bisa membedakan situasi ketidakpastian dan situasi resiko dalam menentukan tindakan pengambilan keputusan, sebab perbedaan keputusan sangat dibutuhkan jika ada dalam posisi seperti itu. Tindakan ketidakpastian adalah kurangnya pengetahuan hasil tindakan, sedangkan resiko adalah kurangnya kendali atas hasil tindakan dan menganggap jika sang pengambil keputusan memiliki pengetahuan dari hasil tindakannya. Dalam situasi ketidakpastian, pemimpin seolah akan mengalami kesulitan dalam menentukan sebuah keputusan, hal tersebut karena tidak memiliki dasar rasional terhadap pilihan suatu strategi.[15]

C. Bisnis *Startup*

1. Pengertian Bisnis

Bisnis merupakan rangkaian organisasi jual beli jasa kepada konsumen untuk mendapatkan keuntungan sebesar mungkin. Dalam sejarahnya, kata business berasal dari kata busy yang diartikan sebagai "sibuk" dalam artian, sibuk melakukan kegiatan yang mendatangkan

[14] Ibid.,42
[15] Ibid.,46

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

benefit bagi pemiliknya. Dalam teorinya, William Spregal menjelaskan *"a series of activities related to the sale or purchase of goods and services that are consistently repeated"*. Dapat disimpulkan jika bisnis merupakan *role* model untuk mendapatkan penjualan secara berkelanjutan dalam operasional kerjanya.[16]

2. Tujuan Bisnis

Tujuan bisnis yang diharapkan oleh pelakunya adalah mencari keuntungan baik itu secara materi atau pun non materi, tergantung dari masing-masing kepentingan. Selain mencari keuntungan, ada sisi lain dalam tujuan pemilik mendirikan bisnis. Menurut William Spregal, tujuan lain yang diharapkan dari mendirikan sebuah bisnis adalah ;

a. Ingin mencoba hal baru
b. Ingin memanfaatkan waktu
c. Menginginkan status sosial
d. Menginginkan sebuah hal yang mandiri

Seorang pebisnis akan memiliki keinginan lain untuk kepentingan bisnis yang dimilikinya, karena bagaimanapun juga keperluan dan kebutuhan setiap pemilik bisnis akan terus bertambah dan tidak menutup kemungkinan mereka menjadi tujuan yang sudah direncanakannya. Karena pada dasarnya mendirikan sebuah bisnis tak luput dari perencanaan yang matang. [17]

3. Bisnis Pemula (*Startup Business*)

[16] Jhon Suprihanto, *Pengantar Bisnis*, (Yogyakarta: Liberty Jogja), 2010, 22
[17] Ibid.,39

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pebisnis pemula atau yang sering disebut *startup* merupakan satu ruang lingkup dengan dunia kewirausahaan yang digambarkan pada rangkaian kegiatan ekonomi. *Startup* dapat dikategorikan sebagai bisnis baru, sedang merintis, dan berkembang. Dengan kata lain mayoritas para *startup* merupakan bisnis yang baru didirikan dan berada pada fase pengembangan dalam menemukan pasar yang sesuai dengan bidangnya. Menurut Steve Blank, istilah *startup* lebih dekat dengan perusahaan teknologi seiring banyaknya perusahaan yang menggunakan *platform* "dot-com" pada tahun 1998. Seing berjalannya waktu di dukung dengan perkembangnya masyarakat Amerika dalam hal sumber daya manusia, istilah *startup* kerap melekat pada bisnis dengan orientasi muda yang berjalan sesuai dengan bidangnya.[18]

4. Karakteristik Pebisnis *Startup*

Sebuah bisnis dikatakan startup ketika usaha atau bisnis tersebut masih dalam tahap berkembang. Selain itu, bisnis belum memiliki dana besar dan hanya dijalankan dengan beberapa orang. Adapaun karakteristik bisnis *startup* sebagai berikut ;

a. Berjalan Belum Lama

Pada dasarnya, bisnis pemula *startup* belum memiliki umur panjang. Sebuah bisnis dikatakan pemula apabila usia belum memasuki tiga tahun dalam kegiatan operasionalnya. Selain itu, ada beberapa ciri-ciri yang mengindikasikan bisnis tersebut

[18] https://www.forbes.com/, diakses 12 Maret 2018

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

belum berjalan lama, seperti masih minimnya karyawan, belum memiliki pola manajemen yang baik, dan lain sebagainya.[19]

b. Pegawai Terbatas

Sebuah bisnis yang baru tidak memiliki banyak sumber daya manusia layaknya bisnis yang sudah berjalan lama. Bisnis pemula hanya memiliki jumlah pegawai tidak lebih dari 20 orang.[20]

Dalam jenis bagian tertentu, bahkan ada yang hanya mengandalkan 2 atau 3 karyawan dalam menjalankan kegiatan operasionalnya. Terbatasnya sumber daya manusia bukan menjadi alasan untuk tidak berkembang, melainkan akan lebih efektif, dan dapat meminimalisir pengeluaran untuk dana karyawan.[21]

c. Bekerja Secara Multiguna

Memiliki kemampuan SDM yang mau bekerja keras adalah modal yang wajib dimiliki oleh para pebisnis pemula. Para SDM yang mau berkontribusi untuk mengembangan bisnis pemula harus berani bekerja lebih keras untuk menutupi kekosongan karenminimnya karyawan yang ada. Misalnya, seorang seorang pelayan cafe yang sekaligus merangkap sebagai kasir, seorang *designer* yang merangkap bagian keuangan, dan admin yang merangkap sebagai *customer care*.

[19] Anis Uzzaman, *Startup Pedia*, (Jakarta: Bentang Pustaka, 2015), 11
[20] Ibid., 12
[21] Ibid., 13

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

d. Semangat Muda

Seseorang yang memiliki niat untuk bekerja dan mengelola bisnis baru, dituntut untum memiliki semangat dan mental yang kuat dalam menghadapi kekurangan dalam kegiatan bisnis tersebut. sebab itu, sebuah bisnis dengan notabene pemula cenderung memiliki pengurus dengan usia relatif lebih muda (20-30) tahun. Hal ini disebabkan karena pada usia itu, semangat dan ide-ide kreatif mereka sering dibutuhkan demi kemajuan bisnis yang dijalankan.[22]

e. Keuntungan Tidak Terlalu Besar

Jika dibandingkan dengan bisnis yang sudah berjalan lama, bisnis pemula cenderung memiliki pendapatan yang lebih rendah. Rendahnya pendapatan tersebut bukan menjadi titik ukur jika bisnis tersebut gagal, melainkan hanya membutuhkan waktu untuk membuat pola manajemen bisnis tersebut lebih berkembang. Sebab itu, seorang investor sangat dibutuhkan untuk mendukung para pebisnis pemula bertahan dan berkembang lebih besar

f. Pendapatan

Pada dasarnya pebisnis *startup* masih dalam kategori berkembang, sehingga pendapatan secara fluktuatif dinilai sudah umum bagi pelaku bisnis pemula. Pendapatan rata-rata pebisnis

[22] Ibid., 14

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pemula di Indonesia umumnya tidak lebih dari 1.3 Milyar per tahun. Jumlah tersebut bukanlah hal yang mutlak karena tidak semua *startup* emmiliki karakteristik sebagai perusahaan penjualan.[23]

g. Memanfaatkan Media dan Teknologi

Memilih media teknologi merupakan opsi yang paling tepat bagi para pebisnis pemula. Segala fasilitas yang ditawarkan oleh media *online* dan teknologi *digital* seolah sangat membantu para pebisnis pemula untuk lebih berkembang dan mengeksplore lebih jauh bisnis apa yang sedang digeluti.[24]

h. Beroprasi Dengan *Website*

Sebuah bisnis pemula yang modern memiliki standar tersendiri dalam strategi pemasaran mereka. Penggunaan *website* seolah menjadi eksistensi tersendiri bari pemilik bisnis. Sebab dengan adanya *website*, sebuah bisnis akan lebih maju dalam aspek pemanfaatan teknologi dari bisnis lainnya.[25]

5. Bisnis Kreatif

Bisnis kreatif merupakan kegiatan bisnis dengan mengedepankan keterampilan dan kreativitas dalam pengerjaannya. Bisnis kreatif menghasilkan produk atau jasa yang mengandung nilai seni dalam outpun yang dihasilkan. Menurut Howkins, bisnis kreatif disebut sebagai industri

[23] Ibid., 17
[24] Ibid., 21
[25] Ibid., 26

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kreatif dengan menggolongkan beberapa bidang seperti ; *advertising, art, craft, design, fashion, film, music, performing arts, publishing, R&D, software, toys and games, TV an radio, food & baverages*. Sedikit berbeda dengan pandangan Howkins, kementrian ekonomi kreatif Indonesia mendiskripsikan bisnis kreatif sebagai "industri yang lahir dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan, serta bakat individu dalam menciptakan kesejahteraan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya cipta individu". Menurut landry & Bianchini, "*the industries of the trwenty-first century will depend increashingly on the generation of knowledge through creativity and innovation*".[26] Industri kreatif memiliki peran dalam aspek ekonomi dunia dan dipercaya akan menghasilkan pada masa yang akan datang.

a. Karakteristik Bisnis Kreatif

Menurut hasil pemetaan Bisnis Kreatif yang dilakukan oleh Departemen Perdagangan Republik Indonesia pada tahun 2007, diklasifiasikan karakteristik Bisnis Kreatif secara umum sebagai berikut ;

1) Berbasis ide atau gagasan
2) Pengembangan tidak terbatas dalam berbagai bidang usaha
3) Memiliki daya tingkat Teknologi dan produktivitas
4) Konsep yang dibangun bersifat relatif

b. Peran Bisnis Kreatif

Bisnis Kreatif memiliki andil dalam perekonomian khususnya dalam aspek industri kreatif nasional maupun global karena kerap

[26] Charles Landry, *The Creative Cities*, (Jakarta: Visimedia), 2011

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

memberikan kontribusi terhadap aspek kehidupan secara ekonomi maupun non ekonomi. Pada aspek ekonomi, industri kreatif andil dalam menciptakan iklim bisnis, membuka lapangan pekerjaan, serta menumbuhkan daya inovasi dan kreativitas. Pada tahun 2008, Departemen Perdagangan Republik Indonesia menyampaikan indikator industri bisnis kreatif ditinjau dari aspek ekonomi dan non ekonomi sebagai berikut ;

1) Dampak aspek sosial

   Selain berkontribusi pada aspek perekonomian, industri kreatif memiliki andil pada aspek sosial ekonomi lainnya. Nisalnya, terhadap peningkatan kualitas hidup layak masyarakat di suatu negara, peningkatan nilai toleransi, hingga peningkatan identitas bangsa.

2) Dampak pada pelestarian budaya

   Industri kreatif mampu mengangkat dan memperjuangkan kekayaan intelektual (HAKI) bagi warisan budaya, dan kearifan lokal di Indonesia.

3) Tingkat Pendidikan

   Diperlukannya peningkatan kualitas pendidikan adalah untuk memiliki daya saing yang unggul dalam melakukan suatu inovasi, tentunya pada aspek kualitas intelektual individu dalam menciptakan hal-hal kreatif, sehingga menimbulkan ide-ide baru lainnya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

6. Peran Teknologi pada Bisnis

1. Pengertian Teknologi

Teknologi merupakan bagian dari manajemen sistem informasi berbasis komputer yang semakin berkembang dengan diiringi kemajuan jaman, khususnya pada aplikasi perangkat keras dan lunak. Perkembangan teknologi saat ini telah banyak menunjukkan kemajuan yang luar biasa. Kehadiran teknologi memberikam dampak cukup besar terhadap kehidupan. Dengan teknologi, kemungkinan untuk mengembangkan komunikasi akan lebih efektif dan efisien. [27]

2. Pengaruh teknologi pada bisnis

Peran teknologi dalam komunikasi bisnis memang sangat signifikan. Apalagi perkembangan teknologi saat ini. Komunikasi bisnis memang memiliki tujuan secara spesifik yang biasanya berfungsi dalam menjalankan roda bisnis. Berikut dampak dari adanya peran teknologi di era *modern* saat ini ;

a. Menjangkau bisnis lebih luas

Teknologi bisa membuat bisnis menjadi lebih luas. Pembangunan jaringan pada suatu bisnis bisa dilakukan dengan mudah berkat adanya pengembangan teknologi,

[27] Djoko Purwanto, *Komunikasi Bisnis*, (Jakarta: Erlangga), 2015, 121

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

terutama teknologi informasi. Ini merupakan sebuah keuntungan tersendiri dari adanya teknologi tersebut. [28]

b. Mempercepat laju bisnis

Laju bisnis juga bisa lebih dipercepat berkat adanya dukungan teknologi. Komunikasi bisnis menjadi lebih mudah dan berjalan secara efektif maupun efisien. Laju bisnis yang semakin berkembang tentu saja mampu memberikan hasil yang lebih signifikan. Tujuan komunikasi pemasaran bisa lebih cepat tercapai. [29]

c. Memudahkan negosiasi

Teknologi juga bisa membuat negosiasi dalam komunikasi bisnis berlangsung dengan lebih baik. Proses negosiasi menjadi lebih cepat dan tidak bertele-tele. Sebagai contoh, pihak ketiga bisa langsung ikut terhubung melalui teknologi pada saat negosiasi bisnis akan dilaksanakan. [30]

d. Meluasnya kesempatan bisnis

Kemudahan teknologi informasi menyebabkan peluang untuk kesempatan bisnis berkembang sangat pesat. Kita bisa merasakannya, terutama lapangan pekerjaan yang semakin luas pula berkat adanya kemudahan di dalam

[28] Ibid., 124
[29] Ibid., 128
[30] Ibid., 133

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

komunikasi bisnis. Penyebaran informasi yang berlangung dengan cepat menjadi sebuah keuntungan tersendiri. [31]

e. Peningkatan roda bisnis

Produksi dari bisnis bisa meningkat secara lebih maksimal. Ini merupakan salah satu keuntungan terbaik yang bisa didapatkan. Fungsi komunikasi bisnis dalam manajemen juga bisa lebih tercipta dengan baik. Kelancaran dalam komunikasi bisnis memang akan sangat Fungsi komunikasi bisnis dalam manajemen juga bisa lebih tercipta dengan baik. Kelancaran dalam komunikasi bisnis memang akan sangat berpengaruh dalam laju perputaran roda bisnis. Pengaruh teknologi dalam komunikasi bisnis bisa sangat terasa terutama ditandai dengan grafik keuntungan yang semakin naik. [32]

f. Menurunkan Biaya Komunikasi

Era dahulu sebelum teknologi informasi berkembang, biaya untuk melakukan komunikasi mungkin jauh lebih mahal dibandingkan sekarang. Melalui berbagai macam upaya dalam pengembangan teknologi informasi, maka biaya dalam komunikasi bisnis bisa ditekan sehingga lebih banyak mendatangkan keuntungan.

g. Meningkatkan Aliran Bisnis

[31] Ibid., 137
[32] Ibid., 144

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Aliran komunikasi juga bisa menjadi lancar berkat pengaruh teknologi dalam jenis-jenis komunikasi bisnis tertentu. Ini disebabkan karena akses yang mudah pada saluran-saluran komunikasi yang ada. Kita bisa memanfaatkan hal ini supaya proses bisnis yang dilakukan juga bisa berkembang dengan baik.

h. Mempermudah Transaksi

Transaksi bisnis kini bisa semakin mudah dengan adanya teknologi di dalamnya. Konsumen bisa dengan praktis melakukan pembayaran berkat beragam cara pembayaran yang sekarang jauh lebih mudah dibanding dahulu. Proses ini juga akan tergantung dari bentuk komunikasi bisnis.

i. Mempermudah Kegiatan Promosi

Promosi suatu jasa atau produk bisa dilakukan dengan mudah berkat adanya teknologi informasi. Era dahulu, seorang pebisnis mungkin harus membayar mahal hanya untuk sekedar mempromosikan produknya. Namun saat ini, pebisnis cukup melakukan promosi bahkan hanya melalui jaringan internet saja. Beragam fungsi komunikasi bisnis lainnya juga bisa dilakukan dengan lebih mudah.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB III

DATA PENELITIAN

A. Gambaran Umum *Startup* Bisnis Kreatif Pada Masing-Masing Bidang

Bisnis kreatif merupakan jenis bisnis yang dijalankan dengan mengedepankan kreativitas pada kegiatannya. Pentingnya memberikan sentuhan kreatif pada objek bisnis adalah untuk mengindikasikan jika bisnis yang dijalankan terkesan modern dan memiliki nilai jual lebih dimata konsumen. Berikut peneliti paparkan bisnis kreatif pada masing-masing bidang :

1. *Luxury Photowork* (Foto & Videografi)

Luxury Photowork adalah salah satu *startup* bisnis kreatif dibidang foto & videografi. *Luxury Photowork* berdiri di tahun 2016 yang didirikan oleh Eko Nowo Triharjo (22 Tahun) sekaligus sebagai pemilik bisnis. *Luxury Photowork* memiliki tiga orang karyawan yang membantu operasional kerja, semuanya masih berstatus sebagai mahasiswa Universitas Adi Buana Surabaya. Pemilik usaha menceritakan jika sebelum terbentuknya bisnis, ia lebih dulu menggeluti dunia fotografi sejak SMA. Saat mulai menginjak dunia perkuliahan, ia tertarik untuk bergabung pada UKM (Unit Kegiatan Mahasiswa) dibidang fotografi di Universitas Adi Buana Surabaya. Sejak saat itu ia bertemu dengan rekan-rekan yang memiliki kemampuan olah kamera dan sepakat untuk membuat suatu bisnis dibidang foto dan videografi.[1] *Luxury Photowork* konsisten untuk

[1]Eko Nowo, *Wawancara*, Sidoarjo, 24 Desember 2017

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mengembangkan usahanya dibidang foto & videografi, dibuktikan dengan menawarkan jasa foto produk, prewed, foto kelas, foto studio, hingga pembuatan dokumenter.

Dalam menjalankan kegiatan operasionalnya, pemilik mengaku kerap menggunakan *digital marketing* guna mempromosikan jasanyanya. Hal ini dirasa pemilik lebih efektif dan dan lebih praktis mengingat pengguna media *digital* saat ini merambat pada semua kalangan[2]. Pemilik kerap *memposting* hasil jasanya pada akun instagram luxury photowork dengan tujuan untuk memberitahu pengunjung *instagram* jika usaha yang dijalankannya saat ini memiliki kredibilitas baik pada konsumen.

2. Putera Musik Studio (Musik)

Putera Musik Studio adalah *startup* bisnis kreatif dibidang kursus musik di kota Sidoarjo. Putera Musik Studio baru dioperasonalkan pada 15 Januari 2017 oleh Bpk Joko (46 Tahun) dan hingga saaat ini memiiki 40 siswa. Putera Musik Studio berdiri pada perumahan Puri Indah tepatnya di BF-01 Sidoarjo. Dalam operasionalnya, pak Joko dibantu oleh sang istrin yang bernama Bu Dini (32 Tahun). Dunia musik sudah melekat pada diri pak Joko sejak usianya belia, beliau seringkali dipercaya oleh banyak orang untuk melatih kursus musik di studio-studio surabaya bahkan pada ekstra kulikuler sekolah di Sidoarjo. Dalam penjelasannya, studio musik yang digunakan Pak Joko saat ini adalah pemberian

[2] Ibid.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dari salah satu wali siswanya (Bpk. Hari) yang pernah belajar les privat gitar dengan pak Joko.[3]

Hadiah berupa studio yang diberikan pak Hari bukanlah tanpa alasan. Selain bentuk terimakasih, pak Hari membangunkan studio untuk pak Joko agar memiliki bisnis dibidang yang sesuai dengan kemampuannya dalam hal pendidikan musik.

Produk yang ditawarkan oleh Putera Music Studio adalah produk jasa, antara lain les gitar, piano, *vocal*, dan grup band. Hingga saat ini, Pak Joko memiliki 52 murid yang tersebar dari berbagai sekolah mulai dari SMP hingga SMA se Sidoarjo. tidak hanya itu, putera studio juga melayani bimbingan siswa sebelum mengikuti lomba atau pentas dalam acara besar, dengan tujuan untuk mengetahui kesiapan agar dapat tampil sempurna saat kegiatan berlangsung.

Putera musik studio menawarkan jasa bimbingan les alat musik antara lain, piano, gitar, bass, drumm, keyboard, dan teknis *vocal*. Khusus untuk teknik *vocal*, pak Joko dibantu oleh salah satu rekannya yang bernama bpk. Rudi. Pemilik usaha dibantu oleh salah satu siswanya dalam menjalankan akun intagram sebagai alat pemasaran secara digital putera musik studio. Hal ini dirasa pemilik lebih praktis sebab tidak perlu mengeluarkan banyak uang untuk melakukan pemasaran pada media cetak. Segala kegiatan putera musik studio diantara lain latihan maupun lomba selalu diposting pada akun instagram sebagai bentuk publikasi atas usaha yang dijalankan oleh pak Joko.

[3] Joko, *Wawancara*, Sidoarjo, 10 Januari 2018

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. *MilkMoo* (Kuliner)

MilkMoo merupakan *startup* bisnis kreatif dibidang *Food & Baverage* di Sidoarjo. *Milkmoo* berdiri ditahun 2014 oleh empat orang yaitu Gading Satria, Danang Setiawan, Farus, dan Tatar. Keempat pemilik usaha ini memiliki tanggung jawab pribadi dalam operasional *Milkmoo* diantaranya Gading sebagai kompetensi SDM, Danang sebagai produksi, Farus sebagai kitchen timer, dan Tatar sebagai pengelola keuangan

Gading Satria (informan) menjelasakan hingga saat ini *Milkmoo* memiliki tiga toko yang tersebar di Perum Magersari Sidoarjo, Taman Benteng Mojokerto, dan GKB Gresik.[4] Informan membuktikan jika bisnis susu memiliki peluang di kota Sidoarjo. Selain membantu peternak sapi perah, susu dianggap memiliki ikatan emosional dengan masyarakat Indonesia.[5] Kepandaian informan dalam menganalisa celah bisnis dibidang kuliner menjadikan *Milkmoo* menjadi kedai susu pertama yang berdiri di kota Sidoarjo. Hal ini dirasa unik mengingat pada waktu itu ia berani mendirikan kedai susu diantara kedai kopi yang mulai rame berdiri di Sidoarjo. Kesuksesan *Milkmoo* sebagai kedai susu pertama di Sidoarjo membuka peluang para pebisnis untuk mendirikan usaha sejenis di Sidoarjo.[6]

---

[4] Gading Satria, *Wawancara*, Sidoarjo, 10 Januari 2018
[5] Ibid.
[6] Ibid.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Milkmoo memanfaatkan media *digital* sebagai alat pemasaran dan foto produk. Pemilik merasa dengan adanya media *digital*, *Milkmoo* lebih mudah untuk di temui oleh pengguna *smartphone*. Hal ini dirasa sangat membantu dalam hal publikasi dan pemasaran Miilkmoo pada media *digital*.[7]

4. *Spectra Dance* (Seni Pertunjukan)

Spectra Dance adalah salah satu sanggar tari yang berlokasi pada Wisma Tropodo Waru Sidoarjo. Spectra merupakan salah satu bisnis kreatif dibidang pertunjukan yang fokus dalam pelatihan tari tradisional Indonesia. Pemilik *Spectra Dance* Mila Andayani (informan) menjelaskan jika ia menawarkan jasa pelatihan tari seperti Jejer, Kasomber, Remo, Gandrung, Kasomber, Eblas, dan lain sebagainya.[8] Selain sebagai jasa pelatihan tari, *Spectra dance* juga menerima jasa pelayanan seni pertunjukan seperti peluncuran produk, pembukaan musyawarah nasional, penyambutan kepada daerah, hiburan pernikahan/ulang tahun.[9]

Berdirinya *Spectra dance* di tahun 2015 didasari oleh profesi yang dimiliki oleh pemilik usaha yaitu sebagai guru tari pada salah satu sekolah di Sidoarjo. Pemilik sempat menjadi guru tari pada sanggar di Surabaya, dan memutuskan untuk berhenti mendirikan sanggar tari dibidang tari tradisonal. Keinginan pemilik usaha untuk mendirikan tari tradisional antara lain statusnya sebagai guru tari pada sekolah memiliki kemunginan besar untuk dijadikan ladang bisnis dengan segmen siswa/siswi sekolahan yang kerap membutuhkan pengetahuan tari tradisional pada pelajaran seni budaya. *Spectra dance* memiliki *web* khusus dalam

[7] Ibid.
[8] Mila Andayani, *Wawancara*, Sidoarjo, 22 Januari 2018
[9] Ibid.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menjalankan operasionalnya, *website* dirasa mampu mempublikasikan produk dan layanan dari *Spectra dance* lebih jelas dari media sosial lainnya yang sifatnya hanya publikasi dokumentasi.[10]

5. *Me Greeny* (Arsitektur)

Me *Greeny* merupakan jasa *landscape* atau arsitektur taman di Sidoarjo, tepatnya pada perumahan Reciden Mandiri Blok J.F5. *Me Greeny* didirikan oleh Bu Dewi (47 tahun) pada tahun 2014 dengan memulai usaha yang bergerak dibidang *farming*, yaitu budidaya tanaman hias.[11]

Seiring berjalannya waktu, bu Dewi mengembangkan usahanya pada jasa arsitektur desain taman yang dibantu oleh keponakannya Venora (22 Tahun) dalam hal desain IT dari konsep taman untuk client. Penggunaan teknologi dalam menjalankan operasional kerja usaha bu Dewi dirasa dapat meningkatkan nilai produk. Hal ini dianggap bu Dewi pembeda dari usaha *farming* lainnya, sebab ia berani mengkombinasikan teknologi dengan penerapan di lapangan sebelum pengerjaan. Dengan adanya bantuan dari keponakan bu Dewi dalam membuat desain taman, konsumen dapat mengetahui gambaran dari hasil pengerjaannya jasa bu Dewi. Hal ini lah yang membuat kredibilitas jasa bu Dewi serta memiliki *value add* lebih. Dalam penjelasannya, konsumen tidak mempermasalahkan untuk membayar jasanya lebih mahal mahal mengingat jaminan kualitas pengerjaan yang diberikan sangat memuaskan.[12]

---

[10]Ibid.
[11] Dewi, *Wawancara*, Sidoarjo, 27 Januari 2018
[12] Ibid.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

6. Libom *Secondhand Shop* (*Fashion*)

Libom *Secondhand Shop* merupakan salah satu bisnis kreatif di Sidoarjo yang khusus menjual *brand* pakaian *impor* bekas. Libom didirikan oleh Ade Syaifuddin Latif (24 tahun), Alumni DKV (Desain Komunikasi Visual) Universitas Negeri Surabaya. Statusnya sebagai lulusan mahsiswa DKV menjadikan dirinya dapat membangun bisnis dari sentuhan kreatifnya yang diterapkan pada bidang *fashion*. Toko Libom berada di Perumahan Magersari Permai blok BG-1 Sidoarjo, produk yang dijual antara lain *flanel shirt, short & Long pants, long sleeve, shoes* dan lainnya. Libom hanya memiliki satu orang karyawan dalam operasionalnya. Pemilik tidak membutuhkan banyak karyawan mengingat usaha yang dijalankannya saat ini belum begitu besar .[13]

Kepandaian pemilik usaha dalam mengelola barang bekas untuk dijadikan barang layak jual tak lain dari kreativitasnya dalam hal foto produk. Teknik pemilik usaha dalam mengombinasika seni fotografi dan *uptodate* dalam hal media sosial, menjadikan produk dari barang bekasnya memiliki nilai estetika dan layak memiliki nilai jual lebih. Dalam penjelasannya, baiknya foto produk sangat menentukan akun instagramnya untuk dikunjungi oleh para konsumen. Ia sengaja membuat akun bisnis untuk mengetahui statistik konsumen dalam mengunjungi

[13] Ade, *Wawancara*, Sidoarjo, 30 Januari 2018

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

akun instagramnya. Hal ini bertujuan untuk evaluasi jika mengalami penurunan penjualan. [14]

Pemilik usaha pun tidak lupa untuk memperhatikan kebersihan guna meningkatkan aspek higienis pada produknya. Setiap produk yang datang dari agen selalu masuk pada proses pencucian hingga selanjutnya masuk pada sesi foto produk dan siap untuk dipajang pada toko.

7. *Rostenfell* (Barang Seni)

Rostenfell merupakan salah satu bisnis kreatif yang bergerak pada kolektor barang-barang antik di Sidoarjo. *Rostenfell* di dirikan oleh Fajar Andika (24 Tahun) sejak Desember 2014 dan memiliki *outlet* di Jl. Siwalanpanji Sidoarjo Regency. *Rostenfell* menjual produk vintage antara lain properti otomotif, *outfit*, *fashion*, hingga aksesoris *leather*. *Rostenfell* berkolaborasi dengan bisnis lain yang bergerak dibidang *artwork* (*loserkillpainwork*) untuk meramaikan usaha yang dijalankannya. Keputusan informan mendirikan bisnis dibidang *vintage brand* diawali berkat terjun pada komunitas saat masa kuliah. Dalam penjelasannya, barang *vintage* memiliki market tersendiri di Sidoarjo dan Surabaya jika ditinjau dari segi estetika barang tersebut. tak sedikit para kolektor dari berbagai daerah datang untuk membeli barang yang dimiliki oleh *rostenfell* di *outlet* sebagai bahan koleksi atau bahkan dijual kembali pada daerahnya .[15]

Keputusan informan mendirikan usaha di Sidoarjo adalah berkat masukan dari rekan-rekannya yang sekaligus pelaku bisnis kreatif di Sidoarjo. Menurutnya,

[14] Ibid.
[15] Fajar, *Wawancara*, Sidoarjo, 30 Januari 2018

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dengan mendirikan bisnis kreatif di Sidoarjo akan turut membantu meramaikan iklim binis di kota Sidoarjo. Selain itu berdirinya usaha pada satu daerah akan mempermudah dalam membantu penjualan (barter produk) saat memiliki *stock opname* pada salah satu toko rekan informan.[16] Sama layaknya bisnis kreatif lainnya yang memanfaatkan teknologi sebagai aspek pemasaran digital, informan pun menerapkannya pada rostenfell. Adanya teknologi dirasa mempermudah operasional usahanya, khususnya saat berhubungan dengan kolektor pada daerah lain.

8. Kreasi Mira (Desain)

Kreasi mira merupakan salah satu bisnis kreatf yang bergerak pada bidang desain 2 dan 3 Demensi. Nama kreasi mira diambil dari nama pemilik usaha yaitu Almira Istibsyaroh (22 tahun). Kreasi mira menawarkan jasa 2 dimensi berupa *doodge, heyna, sketch*, dan lukis, serta jada 3 dimensi berupa hantaran, *clay* dan mahar. Sebelum pindah di Sidoarjo, informan menjalankan usahanya di Sumatera barat tepatnya di Baturaja. Informan sempat mengalami kesulitan saat mendapatkan pasar baru di daerah Sidoarjo karena belum begitu tahu banyak tentang iklim bisnis di Sidoarjo.

Keputusan informan mendirikan usaha dibidang desain karena kemampuannya dalam mengelola barang-barang tak terpakai dapat memiliki nilai jual berkat kreativitasnya. Jiwa seni yang dimiliki oleh informan sudah terlihat

[16] Ibid.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sejak usia dini, berkat kemampuannya yang dimilikinya, informan percaya diri untuk terjun dan menggeluti bisnis dibidang desain. [17]

Informan memanfaatkan media *digital* sebagai wadah hasil karyanya. Media *digital* dirasa sangat membantu dalam mempublikasikan seluruh hasil karyanya dan dapat dilihat konsumen secara bebas. Penjelasan dari informan, sebelum menggeluti bisnisnya ia tidak pernah bermain media sosial karena dianggap hanya buang-buang waktu. Disisi lain informan dapat mempercayai jika adanya media sosial dapat menguntungkan bisnis yang dijalankannya. Hal itu terbukti saat informan sering mendapatkan pesanan dari konsumen saat mengetahui hasil karyanya pada media sosial.[18]

9. *Novelling* (Penerbit)

Salah satu bisnis kreatif yang bergerak dibidang penerbit adalah milik Desi Tri Rahmawati (informan), salah satu usaha penulisan novel yang ada di Sidoarjo. Memiliki kemampuan dalam menggeluti dunia penulis menjadikan informan bekerja sama dengan salah satu penerbit di Sidoarjo. Sejauh ini informan masih menjalankan usahanya tanpa bantuan orang lain mengingat statusnya masih menjadi karyawan penerbit *indie*. Dalam kurun waktu terakhir, informan sudah menerbitkan beberapa ganre novel seperti horor, percintaan, dan antologi bersama. Dalam penjelasannya, banyak penulis yang lahir dari sidoarjo dan melebarkan karirnya pada daerah lain dengan alasan sidoarjo tidak memiliki

[17] Almira, *Wawancara*, Sidoarjo, 9 Februari 2018
[18] Ibid.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

wadah bagi para penulis.[19] Berkat terjun dalam dunia penulis, informan memiliki banyak relasi penulis di Indonesia yang memberikan peluang untuk berkarir pada dunia penulis jauh lebih lebar.

Penggunaan teknologi dirasa informan sangat membantu dalam pembuatan penulisan novel, informan memanfaatkan teknologi sebagai alat untuk mempublikasikan hasil karyanya dan sebagai wadah sharing pada salah satu forum online.[20] Hal ini dianggap informan sangat efektif dalam pengerjaannya, karena saat proses penulisan, ia harus dituntut untuk berfikir cepat agar tidak kehilangan alur dan pola cerita. Saat informan belum menggunakan teknologi *digital*, ia sering kehilangan pola dan rawan editing saat pengerjaan manual.

10. Info Darjo (Periklanan)

Info Darjo adalah salah satu bisnis kreatif yang bergerak dibidang *digital advertising*. Info Darjo (Sidoarjo) di dirikan oleh Iffan (24 tahun) pada tahun 2014. Memilih untuk memulai usaha dibidang *digital advertising* dengan alasan ingin mengangkat informasi pada daerah kelahiran. Sebelumnya, informan pernah membuat akun *advertising* yang mengangkat informasi tentang destinasi wisata Indonesia dengan rekan kuliahnya. Dianggap memiliki banyak saingan, akhirnya informan dan rekan memilik untuk bergerak pada *digital advertising* dengan mengangkat informasi dari masing-masing daerah asal dan menyepakati untuk membuat akun daerah yang bernama Info Darjo.

[19] Desi, *Wawancara*, Sidoarjo, 12 Februari 2018
[20] Ibid.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Akun Info Darjo memiliki web resmi dan *official* akun pribadi dalam operasionalnya. Mempublikasikan berita-berita terpercaya dari sumber yang jelas, membuat kredibilitas bisnis milik informan ini memiliki progres *followers* yang sangat pesat. Hal ini dimanfaatkan baik oleh informan untukk membuka jasa *paid promo* dengan memanfaatkan *official* akun Info Darjo. Informan mengklasifikasikan biaya konsumen jika ingin menggunakan jasanya, tergantung dari besar atau kecilnya projek konsumen yang akan di bantu dalam hal *paid promo*.

Kemampuan informan dalam hal IT dirasa cukup kuat dalam membentuk bisnis *digital advertising*. Dalam penjelasannya, informa juga memiliki bisnis lain dibidang IT seperti *blogger*, konten *kreator*, dan *gamming.*[21] Saat ini ketergantungan informan terhadap teknologi sangat terasa dalam menjalankan kegiatan bisnisnya, kemudahan dalam operasional teknologi digital dirasa sangat membantu nama Info Darjo berkembang dan menjadi akun berita terpercaya saat ini.

11. UMKM Development (Riset Pengembangan)

Salah satu projek milik Pak Budi Setiawan (informan) merupakan bisnis kreatif yang bergerak pada bidang Riset dan Pengembangan. Status informan sebagai salah satu dosen desain produk menjadikan alasan untuk membantu mengembangkan UMKM di Sidoarjo. Menurut penjelasannya, informan sering diundang untuk menjadi narasumber umkm pada dinas koperasi Sidoarjo. Saat itu

[21] Iffan, *Wawancara*, Sidoarjo,12 Februari 2018

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

juga informan menangkap ada kekurangan yang perlu diperbaiki pada produk UMKM Sidoarjo.[22] Minimnya wawasan tentang penggunaan media digital dalam pemasaran dan pengemasan produk menjadi masalah utama produk UMKM Sidoarjo tidak dapat bersaing. Jika dibandingkan dengan kota Surabaya, UMKM Sidoarjo memang kurang mendapatkan perhatian dari masyarakat. Dari permasalahan ini lah, informan bersama tiga rekannya membuat tim untuk mentoring umkm Sidoarjo dan mencoba membuat sistem baru untuk mempermudah pemilik produk dalam hal pemasaran digital dan pengemasan.

Beberapa hal yang selalu diberikan oleh informan saat mentoring adalah pentingnya memanfaatkan media *digital* dalam meningkatkan nilai jual produk. Hal ini dirasa informan dalam membuka wawasan para pemilik produk dalam hal untuk mencoba terjun pada dunia digital. Sedangkan standar keberhasilan diukur oleh informan dari bagaiman pemilik produk dapat menerapkan hasil dari mentoring berupa pemanfaatan media *digital* sebagai wadah bisnis mereka.

Harapan informan dengan berdirinya projek ini adalah untuk mempermudah para pemilik produk umkm dalam hal bisnis *modern*. Dengan memanfaatkan teknologi sebagai wadah bisnis mereka, akan membuat nilai dari produk akan bertambah dan lebih modern jika dibandingkan dengan teknik penjualan tradisional yang hanya memanfaatkan dari toko ke toko, selain itu, pemanfaatan aspek kreativitas pada tiap individu akan membuat Sidoarjo

[22] Budi Setiawan, *Wawancara*, Sidoarjo, 12 februari 2018

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

melahirkan produk-produk kreatif lainnya yang akan menambah warna bisnis kreatif dari produk umkm.[23]

12. *Visual Report* (Pertelevisian)

Visual Report merupakan bisnis kreatif dibidang pertelevisisan yang bergerak dalam rumah produksi *filmmaker, cinematografi, dan advertising maker*. Pemilik usaha Dimas Trianggara (24 tahun) memiliki misi untuk mengembangkan bisnis pembuatan filmmaker di Sidoarjo dengan alasan ingin meramaikan bisnis di kota kelahirannya. Keputusan informan mendirikan bisnis dibidang tersebut dikarenakan ia memiliki bekal dari berbagai projek yang pernah diikutinya saat masa perkuliahan. Bekal pengalaman membuat informan memiliki banyak relasi dalam pembuatan film dan memiliki beberapa agen untuk menjual hasil karyanya untuk dijadikan bahan promosi dan publikasi.

Kemajuan teknologi dimanfaatkan betul oleh informan untuk mendirikan bisnis dibidang yang digelutinya. Tidak menutup kemungkinan jika bisnis yang dijalankan informan sangat berkaitan dengan dunia teknologi, sebab itu ketergantungan usahanya terhadap teknologi sangat besar. Menurutnya, usahanya tidak akan berjalan jika tidak memanfaatkan media teknologi saat ini seperti *editing*, penggunaan kamera, hingga penggunaan *website* miliknya.

[23] Dimas, *Wawancara*, Sidoarjo, 25 februari 2018

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

13. Alas *Outbound* (Permainan Interaktif)

Alas *Outbound* adalah salah satu bisnis yang bergerak pada permainan interaktif dan edukasi. Lokasi alas *outbound* tepatnya di daerah Prambon Sidoarjo. alas *outbound* didirikan oleh Prof. Priyono sekaligus dan baru beroperasi ditahun 2015. Sebelum mendirikan alas *outbound*, informan lebih dulu memulai kegiatan bisnis dalam sektor pertanian dan peternakan. Pengalaman informan mengantarkan dirinya menjadi mentor dari program CSR salah satu perusahaan swasta di Surabaya dalam penanganan budidaya dalam dunia pertanian pada salah satu daerah di Surabaya. Alas *outbound* menawarkan pendidikan edukasi ekowisata yang dikemas secara klasik dan *modern*. Strategi ini digunakan oleh informan untuk mempermudah client yang mayoritas adalah anak-anak usia 6-13 tahun dalam budidaya dunia pertanian.

Manajemen alas *outbound* memiliki bagian sendiri dalam mengelola *webiste* dan akun media sebagai wadah informasi dan dokumentasi. Pemanfaatan dalam hal teknologi dianggap oleh informan sebagai alat untuk mempermudah masyarakat dalam menemukan informasi tentang alas *outbound*.[24]

14. Alya *Craft* (Kerajinan)

Alya *craft* merupakan bisnis kreatif yang bergerak pada pembuatan produk kerajinan tangan. Alya craft didirikan oleh Bu. Nenny (42 tahun) di Perumahan Puri Indah Sidoarjo. Nama alya diambil dari anak pertama informan untuk dijadikan sebagai nama bisnisnya. Informan memutuskan untuk mendirikan bisnis

[24] Priyono, *Wawancara*, Sidoarjo, 27 Februari 2018

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dibidang tersebut atas dasar menyalurkan jiwa kreatifnya yang diterapkan pada pembuatan kerajinan tangan. Alya *craft* menjual produk kerajinan seperti *clutch*, bros, topi jepit, dan berbagai aksesoris lainnya.

Keinginannya mendirikan bisnis *craft* tak luput dari dukungan suami yang sangat mendukung untuk membuat bisnis sesuai dengan kemampuannya dibidang olah kreasi kerajinan tangan. [25] Minimnya *event* bagi para pebisnis kreatif di Sidoarjo dirasa informan menjadi hal yang sangat disayangkan, mengingat potensi bisnis kreatif sangat menguntungkan dengan adanya tren fashion saat ini. dengan alasan itu, informan bersama beberapa rekannya sepakat untuk membuka pelatihan bisnis kreatif dibidang *handraft*.[26]

Wadah *digital* masih menjadi pilihan utama informan dalam mempublikasi dan memasarkan produk yang ia miliki. Informan memanfaatkan iklan dan *fanpage* gratis untuk menjadi alat dalam membantu pemasaran digital alya craft. Penggunaan media *digital* dirasa efektif dalam hal pemasaran bisnis yang dijalankan informan, sebab hampir semua kalangan menggunakan *smartphone* dalam menjalankan kegiatan kesehariannya, sehingga informan memutuskan untuk memilih media *digital* sebagai teknik pemasaran.

15. *Game Modification* (Piranti Lunak)

Bisnis *Game Mod* atau *Game Modofocation* yang didirikan oleh Bayu Pratama (23 tahun) adalah bisnis yang bergerak pada modifikasi *game* dan masuk dalam kategori bisnis dibidang komputer dan piranti lunak. Statusnya sebagai

[25]Nenny, *Wawancara*, Sidoarjo, 6 Maret 2018
[26]Ibid.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mahasiswa sistem informasi menjadikan informan memiliki kemampuan dibidang komputerisasi. Sejauh ini informan memiliki wadah sendiri dalam menjual jasanya, yakni pada forum *online* yang terhubung dengan berbagai *user game* lokal. Hal ini mengharuskan informan untuk selalu aktif berselancar pada dunia maya demi mengetahui perkembangan dunia *gamming*.[27] Sidoarjo bukan menjadi lokasi pertama informan dalam membuka bisnis, saat pada masa perkuliahan malang, ia juga membuka jasa yang sama dengan rekan-rekannya. Pengalaman dari kota malang memberikan perbedaan tersendiri bagi informan sebab di Sidoarjo tidak banyak yang menawarkan jasa *game modification*. Hal ini dianggap informan sebagai peluang karena minimnya pesaing bisnis yang sama, dan sekaligus khawatir jika pasar *game modification* di Sidoarjo kurang diminati. Namun seiring berjalannya waktu, informan dapat menemukan pasar tersendiri saat dibantu oleh rekannya yang juga memiliki usaha *game development* di Sidoarjo.

Sejauh ini informan hanya menggunakan teknologi sebagai wadah forum dunia maya untuk mengetahui perkembangan dalam dunia *gamming*. Informan tidak menggunakan media sosisal sebagai alat pemasaran, ia hanya menawarkan jasa yang dimilikinya pada forum-forum *game* di dalam ataupun luar negeri.[28]

D. Latar Belakang *Startup* Mendirikan Bisnis Kreatif Pada Bidangnya

Pada umumnya bisnis kreatif yang didirikan oleh para informan penelitian bukanlah bisnis dengan orientasi besar, melainkan sebuah bisnis yang dijalankan

[27] Bayu, *Wawancara*, Sidoarjo, 13 Maret 2018
[28] Ibid.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

masih dalam masa rintisan atau yang lebih umum didengar saat ini adalah *startup business. Startup* adalah sebutan bagi bisnis yang baru saja didirikan atau sedang dalam masa berkembang dalam menjalankan aktivitasnya.

Startup bisnis kreatif di kota Sidoarjo sangat variatif, masing-masing bisnis fokus dan berjalan sesuai dengan bidangnya. Pada dasarnya, kemampuan masing-masing pelaku bisnis menjadi bekal paling dominan dalam menentukan kemana arah bisnis yang akan dijalankan. Kemampuan yang dimiliki tiap informan dimaknai oleh pelaku bisnis sebagai bekal untuk mendirikan bisnis kreatif sesuai dengan ide-ide mereka. Kemampuan yang melatar belakani informan mendirikan bisnis kreatif sesuai bidangnya terbagi menjadi dua hal, yakni kemampuan *soft skill* dan *hard skill*.

1. *Soft skill*

   Kemampuan, bakat, atau keterampilan yang melekat pada diri manusia. Kemampuan *soft skill* dikatakan non teknis sebab tidak memiliki wujud fisik dari tiap individu.[29] Kemampuan *soft skill* terbagi menjadi dua hal, yakni ;

   a. *Soft skill* Personal ; Kemampuan *soft skill* personal melekat pada diri informan yang mendirikan bisnis berdasarkan keinginannya secara pribadi dengan memanfaatkan potensi yang dimilikinya.

   b. *Soft skill* Interpersonal ; Kemampuan *soft skill* interpersonal identik dengan hubungan informan dan orang lain (patner bisnis) karena

[29] Dennis E. Coates, *The Learning Behavior*, (Washington: The Brookings Institution, 2006)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pada dasarnya interpersonal mengutamakan komnikasi dan interaksi dengan orang lain untuk mendirikan sebuah bisnis.

2. *Hard skill*

Kemampuan atau keterampilan teknis yang dimiliki oleh manusia dari proses akademisi yang berhubungan dengan bidang ilmu yang digelutinya.[30]

Dari hasil penelitian, peneliti merangkum latar belakang informan mendirikan bisnis pada masing-masing bidang yang digelutinya, dimana peneliti akan memaparkan pada tabel berikut ;

Tabel 3.1
Tujuan Mendirikan Bisnis Kreatif

No	Bidang Bisnis Kreatif	Nama Bisnis	Diskripsi	Tujuan
1	Foto & Videografi	*Luxury Photowork*	Jasa foto dan videografi	Melanjutkan hobi dibidang seni fotografi dengan alasan dunia fotografi adalah hobi yang mahal
2	Musik	Putera Musik Studio	Jasa Privat les musik	Menginginkan penghasilan dari kemampuannya dibidang seni musik
3	Kuliner	*Milkmoo*	*Milk & Bar Cafe*	Informan melihat peluang bisnis dalam aspek kuliner di kota Sidoarjo
4	Seni	*Spectra Dance*	Sanggar Tari	Melanjutkan kegemaran diluar

[30] Ibid.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

	Pertunjukan		Tradisional	profesinya menjadi pengajar
5	Arsitektur	*Me Greeny*	Jasa *Landscape* Desain Taman	Mengembangkan bisnis lama dengan memanfaatkan IT untuk menambah nilai jual
6	Fashion	*Libom Seccondhand Shop*	Outlet *Outfit Brand* Bekas *Impor*	Mengimplementasikan ilmu dari perkuliahan
7	Barang Antik	*Rostenfell*	Kolektor *Vintage Stuff*	Kegemarannya sebagai olektor barang antik
8	Desain	Kreasi Mira	Jasa Desain 2 dan 3 Dimensi	Mengembangkan bakat dari aspek seni desain terapan
9	Penerbit	Novelling	Jasa Penerbit Penulisan Novel & Cerpen	Melanjutkan hobi dibidang penulisan
10	Periklanan	Info Darjo	Jasa *Paid* Promo dan Info Kota Sidoarjo	Mengimplementasikan ilmu perkuliahan dengan sarana *digital*
11	Riset dan Pengembangan	*Business Project*	Pengembangan Umkm	Membantu pengembangan SDM pada UMKM
12	Pertelevisian	*Visual Report*	Jasa Advertising & Cinematografi Produk	Mengimplementasikan ilmu dari perkuliahan
13	Permainan Interaktif	Alas *Outbound*	Tempat Edukasi *Outbound*	Mengimplementasikan ilmu dan pengalaman dari dunia pertanian
14	Kerajinan Tangan	Alya *Craft*	Outlet Produk *Handcraft*	Mengembangkan bakat yang dimiliki dari seni rupa
15	Piranti Lunak	*Game Modification*	Jasa Perbaikan dan Modifikasi *Game*	Mengimplementasi ilmu dari perkuliahan dan menjadikan *game* sebagai objek

Setelah mengetahui alasan dasar masing-masing informan mendirikan bisnis kreatif pada tabel diatas, selanjutnya peneliti uraikan keputusan informan mendirikan bisnis sesuai kemampuan *soft skill* dan *hard skill*.

1. *Soft skill* Personal

   a. Foto dan Videografi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Informan bidang foto dan videografi menjelaskan latar belakangnya mendirikan bisnis yang bergerak dibidang tersebut di dasari oleh hobi dan kegemarannya dalam dunia fotografi. Informan yang masih berprofesi sebagai mahasiswa tersebut memberikan pernyataan jika fotografi adalah hobi mahal karena membutuhkan modal untuk *upgrading* segala kebutuhannya dibidang fotografi. Dengan bekal kamera dan perlengkapan fotografi yang dimilikinya, informan memutuskan untuk belajar lebih dalam tentang dunia fotografi dengan tujuan untuk menumbuhkan minat lebih dalam terkait teknik fotografi. Hal tersebut ditempuh oleh informan dengan cara mengikuti berbagai macam kegiatan pelatihan fotografi serta bergabung dalam beberapa komunitas fotografi di Surabaya dan Mojokerto. Hasil yang didapatkan oleh informan dalam belajar dunia fotografi dimanfaatkan dengan baik dengan membuka jasa foto dan videografi yang memang pada waktu itu segmentasi yang dikejar oleh informan adalah anak-anak muda pengguna media sosial.[31]

Dari penjelasan informan tersebut, Kemampuan *soft skill* personal ditunjukkan dari niat informan untuk mempelajari teknik fotografi secara otodidak dengan tujuan memaksimalkan bakat sesuai dengan keinginannya. Proses melahirkan minat dan bakat oleh informan ditempuh melalui edukasi dari pelatihan dan masuk

[31] Eko Nowo, *Wawancara*, Sidoarjo, 24 Desember 2017

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dalam komunitas fotografi. Pengetahuan dan ilmu dari prosesnya mendalami dunia fotografi mengantarkan informan untuk memutuskan untuk menerapkannya dalam bentuk bisnis, yakni dengan mendirikannya jasa foto dan videografi.

b. Musik

Informan dibidang musik memberikan alasannya mendirikan bisnis dibidang seni musik ialah berkat kemampuan yang sejak dini. Informan yakin dan fokus untuk belajar alat musik secara disiplin guna memaksimalkan bakat yang sekaligus bagian dari kegemarannya pada dunia musik, khususnya gitar pianis. Informan mempercayai kemampuan yang dimiliki akan menghasilkan keuntungan bagi informan suatu saat nanti. Hasilnya, informan baru merasakan dengan berdirinya studio musik yang beroperasi diawal tahun 2017. Informan menambahkan jika berdirinya studio yang digunakannya saat ini adalah pemberian dari salah satu wali murid informan. Berdirinya studio musik yang digunakan oleh informan saat ini adalah bentuk dedikasi dari seorang wali murid atas ketekunannya mendidik puteranya dalam menemukan apa yang sudah menjadi keinginannya sejak kecil sebagai seorang gitaris. Hasilnya, apa yang di harapkan oleh informan dalam menekuni dunia musik terjawab dengan berdirinya hadiah studio musik saat ini [32]

[32] Joko, *Wawancara*, Sidoarjo, 10 Januari 2018

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dari latar belakang berdirinya bisnis yang didirikan oleh informan tersebut, Kemampuan *soft skill* personal informan ditunjukkan pada antusias dirinya untuk belajar dan menggeluti dunia musik dengan meyakini jika apa yang dilakukannya sejak dini akan mendapatkan keuntungan baginya. Ketekunan informan dalam dunia musik turut mengantarkan dirinya untuk memutuskan mendirikan bisnis kursus dan studio musik di kota Sidoarjo.

c. Seni Pertunjukan

Informan penelitian dibidang seni pertunjukkan memberikan penjelasan tentang latar belakangnya dalam memutuskan untuk mendirikan sebuah bisnis adalah karena kegemarannya dibidang seni tari tradisional. Bakat informan dalam dunia tari menjadi alasannya untuk mendirikan sebuah sanggar tari dan sekaligus menjadi pengajar pada salah satu sekolah di Sidoarjo. Dalam penjelasannya, sebelum informan memutuskan mendirikan sanggar tari miliknya, informan lebih dulu menjadi pengajar tari modern di salah satu sanggar di Surabaya.[33] Memiliki pengalaman dan jam terbang dalam seni tari, membuat informan untuk memberanikan diri mendirikan sanggar tari tradisional di daerah perumahannya. Memilih tradisional dance sebagai objek usahanya bukan tanpa alasan, bagi informan tarian tradisional lebih

[33] Mila Andayani, *Wawancara*, Sidoarjo, 22 Januari 2018

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dekat dengan profesinya sebagai pengajar di salah satu sekolah di Sidoarjo, dengan alasan tersebut informan akan mendapatkan pasar tersendiri dalam dunia seni tari.

Dari penjelasan tersebut, Kemamuan *soft skill* yang ditunjukkan oleh informan adalah bakat dan ilmu yang dimilikinya dalam dunia tari, dimana informan menekuni dunia tari tradisional hingga informan menemukan *passion* pada dirinya sendiri sebagai guru tari di salah satu sekolah di Sidoarjo. Terbentuknya *passion* yang dimiliki oleh informan merupakan hasil dari kerja keras informan untuk mempelajari dunia tari tradisional, sebab misi informan memilih tari tradisional sebagai objek bisnis adalah untuk menjunjung nilai seni dan budaya Indonesia. [34]

d. Desain

Informan dibidang desain memberikan penjelasannya terkait latar belakang mendirikan bisnis kreatif ialah kegemarannya dalam dunia desain terapan dimana hal tersebut erat kaitannya dengan kreativitas dan keterampilan untuk menciptakan karya-karyanya. Informan menambahkan jika kreativitas yang dimilikinya berawal dari idenya dalam memanfaatkan barang-barang yang tidak bernilai menjadi barang yang layak jual. Dalam pengelolaannya, informan hanya memodifikasi dan memberikan

[34] Ibid.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sedikit *finishing* guna membuat barang yang dikelola akan terlihat menarik. Hasilnya, beberapa rekan dari informan menginnginkan barang yang dibuatnya sebagai aksesoris dan koleksi unik yang dibuat dari tangan informan langsung. Keyakinan informan semakin bulat saat mengetahui kapasitas dirinya dalam hal kreativitas dan memutuskan untuk mendirikan bisnis desain 2 dan 3 dimensi sebagai objek produk yang dijualnya. Oleh karena itu informan menegaskan jika kreativitas seseorang adalah suatu hal yang bernilai mahal, sebab itu hanya orang-orang tertentu saja yang dapat memaksimalkan kreativitasnya diterapkan pada sebuah bisnis.[35]

Dari penjelasan tersebut, Kemampuan *soft skill* Personal ditunjukkan informan dalam kemampuan dirinya dalam mengelola suatu hal dengan ide kreatifnya. Informan menganggap kreativitas adalah suatu hal yang mahal, sebab kreativitas hanya dapat dimanfaatkan secara maksimal oleh orang-orang tertentu yang memiliki keinginan untuk mengembangkan bakat yang dimilikinya. Informan menambahkan, sebuah kreativitas seseorang akan terlihat dari karya atau produk yang telah mereka lahirkan sebagai bentuk cerminan kemampuan yang dimiliki oleh seseorang.[36]

[35] Almira, *Wawancara*, Sidoarjo, 9 Februari 2018
[36] Ibid.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

e. Kerajinan Tangan

Informan dibidang kerajinan tangan menjelaskan alasannya mendirikan bisnis pada bidang kerajinan tangan (*handcraft*) berawal dari kegemarannya pada dunia seni. Kreativitas informan dalam membuat karya seni kerajinan tangan mulai terlihat saat masa perkuliahan yang sering membuat karya berupa aksesoris dengan memanfaatkan komponen dari tumbuhan. Hal tersebut berlanjut hingga saat ini, dimana status informan sebagai ibu rumah tangga. Berdirinya bisnis *handcraft* yang dimiliki oleh informan diawali saat mencoba membuat beberapa item yang akan pergunakan sebagai kebutuhan dirinya. Sebagai masyarakat pengguna *smartphone*, informan sering memposting hasil karyanya pada media sosial pribadinya dengan tujuan awal untuk menunjukkan kepuasannya dalam berkarya. Hingga pada akhirnya, rutinitas informan mengunggah hasil karyanya di tanggapi oleh beberapa rekannya yang memesan item serupa. Tujuan awal informan memposting adalah sebagai kepuasan dalam menunjukkan karyanya, seolah berubah menjadi peluang bisnis dengan banyaknya permintaan rekan-rekan informan. [37]

[37] Nenny, *Wawancara*, Sidoarjo, 6 Maret 2018

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dari pernyataan tersebut, Kemampuan *soft skill* personal informan ditunjukkan pada kreativitas yang melekat pada dirinya. Kreativitas informan ditunjukkan dengan karya ciptannya pada pembuatan aksesoris kerajinan tangan pada keseluruhan produknya. Produk yang dijual informan adalah hasil karyanya sendiri dengan dibantu oleh beberapa rekannya yang tergabung pada pelatihan kewirasuahaan. Bekal bisnis dengan pemanfaatan sebuah kreativitas personal, menjadikan informan terpilih menjadi mentor pelatihan kewirasusahaan pada dinas koperasi dan UMKM Sidaorjo.

f. Penerbit

Informan dibidang penerbit menjelasakan alasannya mendirikan bisnis dibidang tersebut diawali oleh hobinya membaca cerita pendek saat menginjak bangku sekolah. Banyaknya koleksi buku yang dimilikinya memancing keinginan informan untuk menggeluti dunia penulisan lebih jauh. informan memutuskan untuk belajar dalam dunia penulisan secara otodidak dengan cara mengikuti forum *online* yang tergabung dengan mentor penulis dari tiap daerah. Minat informan untuk belajar lebih jauh mengenai dunia penulisan mulai terlihat hasilnya dengan telah terbitnya

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

beberapa karya informan hasil dari mentoring dan kerja sama dengan penulis yang dikenalinya.[38]

Dari penjelasan tersebut, Kemampuan *soft skill* personal informan ditunjukkan pada ketekunan dirinya untuk mendalami kegemarannya dalam hal penulisan yang mengantarkan informan untuk memutuskan mendirikan bisnis pada dunia penulisan serta penerbit novel. Dalam pernyataannya, informan mengasah bakatnya tersebut guna mengembangkan kemampuan pada dunia penulisan novel.[39] Sebelumnya, informan mempelajari teknik penulisan seacra otodidak hingga pada akhirnya informan dimudahkan dengan bergabung pada forum *online* untuk berkomunikasi dan belajar lebih jauh dengan beberapa senior penulis. Ketekunan informan dalam belajar dunia penulisan novel dihasilkan dengan telah terbitnya beberapa karangannya novel fiksi pada kurun waktu tiga tahun terakhir secara berturut-turut.

2. *Soft skill* Interpersonal

a. Kuliner

Informan dibidang kuliner menjelaskan latar belakang berdirinya bisnis kuliner adalah berkat ajakan rekan satu kantornya. Dalam tambahannya, rekan informan tidak mengetahui prospek usaha kedai susu yang mulai di rintisnya waktu itu. Dengan

[38] Desi, *Wawancara*, Sidoarjo,12 Februari 2018
[39] Ibid.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

permasalahan tersebut, informan memutuskan untuk berinvestasi serta turut mengelola bisnis yang dianggapnya memiliki peluang bagus di kota Sidoarjo karena usaha yang dijalankan informan adalah jenis bisnis kedai susu pertama di Sidoarjo. Informan melihat aspek peluang bisnis susu dengan menganalisa ikatan emosional antara susu dan kebiasaan manusia dalam hal konsumsi. Bagi informan, emosial susu dan manusia sangatlah dekat, tidak mungkin orang indonesia tidak mengenal susu.[40] Keyakinan informan akan suksesnya bisnis yang di rintisnya tak luput dari strategi yang dijalankan dalam mengikat konsumen, karena permasalahan yang sering ditemui bagi para *startup* adalah kurangnya kepercayaan dari konsumen atas produk yang dimilikinya, sebab itu informan mulai untuk merubah strategi dalam bisnisnya dimulai dari *branding*, promosi, *quality control*, hingga mengedepankan pelayanan.[41]

Dari penjelasan tersebut, Kemampuan analisa yang dilakukan oleh informan sesuai dengan ciri kemampuan *soft skill* intrepersonal, dimana informan tidak sendiri dalam mendirikan bisnis dibidang kuliner tersebut, melainkan bersama rekan satu kerjanya. Informan menambahkan pernyataan jika, analisa peluang bisnisnya memprioritaskan pada kedekatan emosional susu dengan rutinitas kehidupan manusia. Keyakinan informan akan suksesnya

[40] Gading Satria, *Wawancara*, Sidoarjo, 10 Januari 2018
[41] Ibid.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

analisa yang diyakininya terbukti dengan bertambahnya beberapa cabang kedai susu yang di rintisnya sebagai bentuk ekspansi bisnis. Informan menanggapi ekspansi bisnis bukanlah sebagai standar kesuksesan dari bisnis yang dirintisnya, tetapi bagian untuk lebih dekat dengan konsumen agar mereka tidak perlu jauh-jauh mendapatkan produk milkmoo di Sidoarjo, melainkan dari outlet yang telah tersebar di beberapa kota yang tersedia.[42]

b. Barang Antik

Informan dibidang barang antik memberikan penjelasannya terkait latar belakangnya mendirikan bisnis *vintage stuff* adalah sebagai pemenuhan hobinya pada masa kuliah. Dalam penjelasannya, informan lebih dulu menjalankan bisnisnya di kota Surabaya hingga pada akhirnya informan merencanakan untuk mendirikan toko untuk menjual barang koleksinya di Surabaya. Rencana informan pun mendapatkan kendala karena tidak begitu memahami lokasi strategis di Surabaya. baginya, hampir seluruh sudut kota Surabaya ramai dan membuat informan dilema akan peluang bisnis yang ada di kota Surabaya. Selain itu, informan tidak memiliki banyak patner yang dapat membantu memasarkan bisnis miliknya. atas pertimbangan itu informan lebih memilih mendirikan bisnis di kota Sidoarjo dengan mendekati rekan-

[42] Ibid.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

rekannya yang memiliki usaha kreatif sebagai faktor mutualismenya dalam berbisnis. Mutualisme yang dimaksud informan adalah hubungan kerja yang menguntungkan antara bisnisnya dengan bisnis milik rekan-rekannya. [43]

Dari pernjelasan tersebut, analisa peluang yang dilakukan oleh informan mengindikasikan sebagai kemampuan *soft skill* interpersonal yang diwujudkan dengan keputusannya mendirikan bisnis di kota Sidoarjo dengan alasan agar lebih mendekati hubungan bisnis dengan rekan-rekannya yang akan mempermudah kegiatan bisnis yang dijalankan.

Informan menambahkan, Adanya kesamaan dalam menjalankan bisnis kreatif, membuat informan memberanikan diri untuk bekerja sama dengan rekan-rekannya yang memiliki bisnis kreatif.[44] Bentuk kerja sama yang dilakukan oleh informan lebih kepada bentuk pemasaran dan barter produk pada outletnya. Dengan cara tersebut, informan dan rekan-rekannya memiliki peluang untuk saling menguntungka satu sama lain dalam hal bisnis. Selain itu, kemungkinan saling menguatkan antar pebisnis kreatif akan lahir dengan strategi yang mereka jalankan. Hal ini tentunya akan berdampak positif sekaligus opsi lain bagi para pebisnis *startup* bisnis kreatif yang belum memiliki banyak modal dalam mengembangkan bisnisnya.

[43] Fajar, *Wawancara*, Sidoarjo,30 Januari 2018
[44] Ibid.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

c. Riset Pengembangan

Informan dibidang riset dan pengembangan memberikan penjelasannya mengenai latar belakang membuat *project* bisnisnya dikarenakan permasalahan yang ditemui pada UMKM Sidoarjo. Status informan sebagai mentor pelatihan kewirasuahaan pada dinas koperasi Sidoarjo semakin meyakinkan jika UMKM Sidoarjo harus mendapatkan peran lebih besar dalam hal pengembangan bisnis kreatif. Dalam penjelasannya, informan menganggap jika UMKM Sidoarjo masih tertinggal jika dibandingkan Surabaya dan kota lainnya. Kurangnya pengetahuan dan perhatian dalam hal perkembangan teknologi menjadi permasalahan para peserta umkm dalam memasarkan produk yang dimilikinya. [45]

Dari penjelasan tersebut, Kemampuan *soft skill* interpersonal informan ditunjukkan pada analisa permasalahan yang ditemuinya pada peserta UMKM Sidoarjo. permasalahan yang dihadapi menurut informan adalah kurangnya pengetahuan mengenai pentingnya teknologi informasi dalam penjualan produk. Hal tersebut berdampak pada kurangnya wawasan SDM dalam

[45] Budi Setiawan, *Wawancara*, Sidoarjo,12 februari 2018

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menjual produk yang dilahirkan dari pelatihan umkm Sidoarjo. Selain itu kurangnya perhatian dari birokrasi dalam menjual produk UMKM yang sudah layak edar di pasar menjadi hal yang harus di selesaikan.

Menurut informan, tidak sedikit produk umkm yang mati suri karena tidak ada wadah pemasaran karena kurangnya perhatian birokrasi, meskipun ada toko yang menjual produk umkm, tapi saya rasa kurang maksimal jika menginginkan produk hasil umkm lebih dikenal oleh masyarakat, mau tidak mau harus publish secara digital.[46] Misi informan dalam mengembangkan bisnis dari UMKM Sidoarjo sangat bulat, informan ingin menunjukkan jika produk UMKM memiliki potensi di pasar, karena sejauh ini produk umkm sering diremehkan oleh konsumen. Kurangnya minat konsumen tersebut membuat kredibilitas produk UMKM sering jatuh, dan berdampak buruk kepada pemilik usaha yang sudah memiliki *mindset* baik dalam hal bisnis.

1. *Hard skill*

   a. Arsitektur

Informan dibidang arsitektur taman menjelaskan latar belakangnya mendirikan bisnis tersebut didasari oleh keinginannya untuk melanjutkan kegemarannya mengoleksi tanaman hias

[46] Ibid

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dirumahnya. Informan menambahkan jika dirinya menginginkan nilai jual lebih dari dunia tanaman yang telah digelutinya tersebut dengan cara memanfaatkan media sosial sebagai sarana pemasaran dan operasional bisnisnya.[47] Usaha informan semakin berkembang dengan bantuan keponakannya yang memiliki kemampuan dibidang desain arsitektur untuk memperluas bisnis informan bergerak pada jasa *landscape* taman. Kemampuan keponakan informan dalam hal desain interior menjadi bekal utama dalam mengerjakan permintaan konsumen dalam memiliki taman sesuai dengan keinginannya. Memberikan pelayanan sedikit lebih berbeda dari usaha sejenisnya, informan dapat meningkatkan nilai dalam jasa yang diberikan kepada konsumen. Pemanfaatan teknologi masih menjadi strategi informan dalam menjalankan operasional bisnis di bidang desain arsitektur *landscape*.

Dari penjelasan tersebut, keinginan informan menginginkan nilai jual lebih dengan memanfaatkan teknologi sebagai bentuk *hard skill* yang diterapkan pada kegiatan bisnis informan. Pengetahuan teknis dalam hal desain arsitektur diterapkan oleh keponakan informan dalam membantu pengembangan bisnis yang telah dijalankan. Hasilnya terlihat pada peningkatan nilai jual produk milik informan karena informan memberikan jaminan kualitas dan garansi perawatan yang diberikan oleh informan

[47] Dewi, *Wawancara*, Sidoarjo, 27 Januari 2018

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kepada seluruh konsumen. Informan menambahkan jika selama ini konsumen tidak pernah mengeluh dengan harga yang diberikan oleh informan, sebab sebelum pengerjaan dilakukan, konsumen sudah mendapatkan gambaran dari desain yang diberikan oleh informan. Selain itu, dengan adanya konsep *planning* desain pada bisnis yang dijalankan informan, konsumen dapat mengajukan permintaan lainnya jika dari desain yang diberikan kurang memenuhi keinginannya.[48]

b. Periklanan

Informan dibidang periklanan menjelaskan latar belakangnya mendirikan bisnis di bidang periklanan *digital* karena ingin melanjutkan kegiatan yang pernah dilakukannya pada saat masih perkuliahan. Pada saat itu informan membuat portal akun berita *online* yang membahas mengenai tempat wisata yang tersebar di daerah Malang bersama rekan-rekannya. Memiliki kemampuan yang sama di bidang IT serta berdomisili di Jawa Timur, informan dan rekan-rekannya sepakat untuk membuat prtal akun berita online daerah sesuai dengan domisili masing-masing. hasilnya, informan mendirikan portal akun online daerah bernama "info darjo" yang membahas berita mengenai kota Sidoarjo.[49] Memiliki banyak pengikut pada akun media sosial, informan

[48] Ibid
[49] Iffan, *Wawancara*, Sidoarjo, 12 Februari 2018

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

memanfaatkannya dengan membuka jasa promo berbayar. Hasilnya informan mendapatkan benefit dari jasa paid promo yang ditawarkannya kepada publik melalui portal berita *online* yang didirikannya.

Dari penjelasan tersebut, Kemampuan *hard skill* di tunjukkan informan dalam kemampuannya mengoperasikan IT dengan lahirnya akun portal berita *online* yang mengupas berita seputar kota Sidoarjo. Informan menambahkan jika kemampuannya mengoperasikan IT di dapatkan dari ilmu pada masa perkuliahan serta ditunjang dengan fasilitas teknologi yang semakin berkembang. Selain usaha di bidang periklanan *digital*, informan memiliki beberapa pemasukan yang dihasilkan dari usahanya yang berkaitan dengan dunia IT seperti *blogger*, konten kreator, *web design*, dan *game online* yang dimilikinya. Dari penjelasan tersebut, dapat disimpulkan jika informan memiliki kemampuan teknis dalam hal pengetahuan informasi dan teknologi dalam menjalankan bisnis yang digelutinyaa saat ini.

c. Pertelevisian

Informan dibidang pertelevisian menjelaskan latar belakang mendirikan bisnis di bidang pertelevisian adalah bekal pengalaman yang dimilikinya dalam menggeluti dunia produksi film pendek. Selain pengalaman dalam memproduksi film, faktor lain yang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menjadi pelengkap lahirnya bisnis yang dijalankan informan ialah ilmu akademik yang mempelajari ilmu komunikasi di salah satu universitas Malang. Informan menambahkan jia sebenarnya ia memiliki rasa penasaran untuk mencoba sebuah bisnis di bidang pembuatan film, alasan tersebut membuat informan menggali lebih dalam mengenai pasar perfilman kepada rekan-rekan satu projectnya. [50] Begitu mengetahui pasar dunia pembuatan film, informan memutuskan untuk mendirikan bisnis advertising produk di kota Sidoarjo bekal dari pengalamannya, tujuannya ialah meramaikan para kreatif bisnis di kota kelahiran informan.

Dari penjelasan tersebut, kemampuan *hard skill* informan ditunjukkan dalam kemampuan teknis mengoperasikan teknologi dalam pembuatan dunia film. Kemampuan informan dalam mengoperasikan teknologi di dapatkan dari pengalaman kerja dan akademisinya di bidang ilmu komunikasi. Penggunaan teknologi sangat dibutuhkan oleh informan dalam menjalankan kegiatan operasional bisnis yang dijalankannya. Dalam penjelasannya, kemajuan teknologi turut mendasari keputusannya mendirikan *startup* bisnis kreatif dibidang filmmaker, sebab pemanfaatan teknologi dalam dunia dunia *filmmaker* sangat menentukan untuk kedepannya.[51] Pernyataan informan cukup memberikan gambaran jika persaingan dunia *digital* cukup pesat bagi mereka yang fokus

[50] Dimas, *Wawancara*, Sidoarjo, 25 februari 2018
[51] Ibid

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

memiliki bisnis di bidang *filmmaker*. Hal ini membuat informan harus pandai-pandai mengikuti tren bisnis IT untuk mampu bersaing dengan bisnis sejenis.

d. Piranti Lunak

Informan dibidang piranti lunak memberikan penjelasan mengenai latar belakangnya mendirikan bisnis dibidang tersebut diawali dari ajakan sang kakak dalam mengajaknya untuk mencoba salah satu gamming. Dunia teknologi informasi menjadi ketertarikan tersendiri bagi informan dalam mengisi kesehariannya dengan mempelajari piranti komputer dan berbagai piranti lunak yang terpasang[52] Ketertarikan informan pada dunia teknologi semakin besar hingga pada akhirnya informan memutuskan untuk masuk sekolah kejuruan multimedia. Bakat informan semakin besar saat menemukan lingkungan yang sesuai dengan apa yang diinginkan, berawal dari sekolah kejuruan, informan mulai mempelajari lebih dalam terkait ilmu sistem informasi. Dalam penjelasannya, kemampuan *programming* yang dimilikinya tak lepas dari ilmu yang diberikan oleh salah satu gurunya yang memiliki bisnis dibidang *softwarehouse*. Saat itu lah niat informan untuk mendirikan bisnis semakin tinggi, baginya tidak ada yang tidak mungkin untuk membuat usaha dari bekal kemampuan *programming*.

[52] Bayu, *Wawancara*, Sidoarjo, 13 Maret 2018

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dari penjelasan tersebut, kemampuan *hard skill* informan ditunjukkan pada proses informan menemukan minatnya dalam dunia teknologi informasi. Informan memutuskan untuk memilih pendidikan yang sesuai sesuai dengan minatnya, seperti memilih sekolah kejuruan multimedia dan hingga memilih perkuliahan pada jurusan sistem informasi. Pengalaman informan pada dunia akademisi memunculkan niatnya membuka bisnis dari apa yang sudah informan dapatkan. Penggunaan teknologi berupa piranti lunak menjadi dasar informan dalam melakukan operasional bisnisnya sebagai *game modification*.

e. Fashion

Informan dibidang *fashion* menjelaskan latar belakangnya mendirikan bisnis ialah karena hobinya dalam hal mengkoleksi pakaian bekas impor. Dalam penjelasannya, pakain bekas impor adalah *original* dan terjamin kualitasnya. Hanya saja yang menjadi permasalahan adalah status barang bekas pemakaian orang atau yang biasa disebut *seccondhand.*[53] Dari permasalahan itu, informan memiliki ide untuk mengelola pakaian bekas menjadi layak jual sebagai objek bisnis yang akan di dirikannya. Informan memiliki ide untuk mengkombinasikan teknologi dan ilmu yang sudah didapatkannya saat masa perkuliahan dalam hal desain komunikasi

[53] Ade, *Wawancara*, Sidoarjo, 30 Januari 2018

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

visual (DKV). Dalam prosesnya, informan mengedepankan kreativitas desain dan foto produk sebagai strategi pemasaran digital. Bagi informan, kualitas dan desain foto akan menentukan seberapa sering konsumen mengunjungi akun media sosial bisnisnya, dan sebisa mungkin mengkonsep pakaian bekas menjadi menarik saat proses foto produk.

Dari penjelasan tersebut, Kemampuan *hard skill* informan ditunjukkan dalam bentuk kombinasi teknologi dan ilmu desain komunikasi *visual* yang pernah informan dapatkan saat masa perkuliahan. Kombinasi kedua hal tersebut digunakan informan sebagai strategi dalam penjualan produk pakaian bekas agar layak jual di mata konsumen. Informan memanfaatkan secara maksimal dalam mengelola barang bekas, hal lain yang di dapatkan oleh informan ialah nilai jual barang semakin tinggi berkat kreativitas informan dalam menjadikan produknya layak jual.

f. Permainan Interaktif

Informan dibidang permainan interaktif menjelaskan latar belakangnya mendirikan *outbound* adalah sebagai bentuk edukasi wisata dalam hal pertanian. pengalaman dan ilmu yang dimiliki oleh informan dalam dunia pertanian coba diterapkan dengan mendirikan usaha *outbound*.[54] Hanya dengan *outbound*, informan

[54] Priyono, *Wawancara*, Sidoarjo,27 Februari 2018

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dapat mengkombinaksikan ilmu pertanian melalui agrowisata, dan kombinasi permainan untuk penunjang edukasi. Bekal ilmu dan bisnis yang dimilikinya, informan dipercaya menjadi mentor CSR dalam hal pertanian oleh salah satu perusahaan. Dibalik keputusannya mendirikan beberapa bisnis wisata edukasi, pemilik bisnis selalu menekankan untuk mengangkat karyawannya dari lokasi yang berdekatan dengan berdirinya wisata.

Dari penjelasan tersebut, kemampuan *hard skill* yang ditunjukkan oleh informan adalah implementasi ilmu pertanian dari pengalamannya menggeluti agrowisata sebagai alasan dasar memilih bisnis pada bidang tersebut. Dalam pernyataannya, informan berinisiatif untuk mendirikan bisnis yang tidak jauh dari apa yang sudah menjadi bekalnya dengan sedikit mengkombinasikan edukasi dan permainan sebagai konsep bisnis yang dijalankannya. Operasional bisnis yang dijalankan oleh informan menekankan kepada seluruh penanggung jawab untuk memanfaatkan SDM lokal untuk dijadikan karyawan bisnisnya. Hal ini menunjukkan kepedulian pemilik usaha dalam memperhatikan SDM lokal sebagai kepercayaan mengelola bisnis yang di dirikannya. Secara tidak langsung, apa yang dijalankan oleh informan mencerminkan sosok *socialpreneur* dengan membuka lapangan kerja sebagai pemandu *outbound* dari warga sekitar.[55]

[55] Ibid.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

E. Peran Teknologi Dalam Mengubah *Mindset* Untuk Memulai Bisnis

Teknologi berperan dalam kegiatan bisnis yang dijalankan oleh masyarakat. Bagi belaku bisnis, penggunaan teknologi memberikan fasilitas bagi untung bisnis yang masing-masing akan dikembangkan. Dari hasil wawancara, peneliti mendapatkan informasi mengenai peran teknologi yang dilakukan pelaku bisnis pada umumnya sebagai berikut:

1. Teknologi sebagai wadah berkarya

   Hadirnya teknologi di era *modern* ini dimanfaatkan oleh sebagian informan sebagai wadah berkarya. Pelaku bisnis dengan mudah menempatkan berbagai karyanya pada media *online* sebagai bentuk pemanfaatan fasilitas yang ditawarkan pada media *digital*. Penggunaan media *digital* sebagai perantara berkarya dirasa cukup banyak membantu pelaku bisnis untuk beraktivitas lebih produktif. Mengingat saat ini penggunaan teknologi cukup disegani oleh para *startup* untuk membantu kegiatan bisnis yang dirasa lebih efektif.[56]

   Hal ini sama dirasakan oleh salah satu informan dibidang seni kerajinan tangan yang menyatakan jika ia selalu rutin mengunggah hasil karyanya pada blog pribadinya dengan tujuan untuk memiliki koleksi

[56] GM Susanto, *Marketing Digital*, (Jakarta: Alex Media), 2013, 125

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

online yang dapat dikunjungi oleh banyak orang pada dunia maya. Harapan informan dengan memiliki blog khusus untuk karya buatannya, kemungkinan nama bisnisnya akan meluas dengan intensitas dikunjungi oleh pengguna internet.[57]

2. Teknologi sebagai pemasaran *digital*

Salah satu hal fasilitas yang ditawarkan oleh teknologi modern saat ini ialah pemasaran secara *digital*. Pelaku bisnis dengan mudah dapat memasarkan produk dan jasa mereka secara *online*. Hal ini dirasa efektif dalam mendapatkan pasar dimata konsumen, mengingat hampir masyarakat pada semua kalangan memiliki ponsel yang mendukung fasilitas *online* melalui media sosial dan lain sebagainya. Dengan alasan tersebut, bukan tidak mungkin jika pemasaran melalui perantara *digital* menjadi opsi pertama para *startup*. Keuntungan lainnya adalah pelaku bisnis tidak dikhawatirkan dengan biaya besar untuk membantu pemasaran produk dan jasa mereka, sebab tidak sedikit dari fasilitas pemasaran *digital* menawarkan dengan cuma-cuma tanpa biaya besar layaknya memasarkan produk atau jasa dalam bentuk fisik. Salah satu informan dibidang kuliner menyatakan hal yang sama, ia menganggap pemasaran *digital* lebih efektif untuk mendapatkan konsumen dan menjangkau secara luas.[58]

[57] Nenny, *Wawancara*, Sidoarjo, 6 Maret 2018
[58] Gading Satria, *Wawancara*, Sidoarjo, 10 Januari 2018

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Teknologi sebagai sarana penunjang bisnis

Peran lain yang ditunjukkan dengan kehadiran teknologi adalah membantu operasional pada kegiatan bisnis berlangsung. Kontribusi teknologi sudah tidak perlu diragukan lagi dalam membantu perkembangan suatu bisnis. Tanpa sentuhan dari teknologi, bisnis akan membutuhkan banyak sumber daya manusia sebagai alat untuk membantu operasional kegiatan bisnis. Hal itu akan berpengaruh pada kinerja bisnis pemula, mengingat bisnis *startup* umumnya masih memiliki sedikit karyawan dalam menjalankan kegiatan bisnis. Dengan alasan tersebut, penggunaan teknologi dalam membantu operasional bisnis dirasa cukup efektif untuk menunjang kegiatan dan aktivitas bisnis pemula.[59] Menurut salah satu informan dibidang fotografi, prinsip mendirikan bisnis jasa harus cepat dalam setiap kegiatan. Memprioritaskan pelayanan adalah kunci untuk membuat konsumen puas dengan jasa fotografi miliknya. Sebab itu, ia merasa terbantu dengan memanfaatkan teknologi guna meningkatkan pelayanan dan kualitas jasa fotografi. [60]

4. Teknologi sebagai identitas bisnis

Penggunaan teknologi pada kegiatan bisnis merujuk pada lahirnya identitas bisnis dalam bentuk *digital*, dimana profile bisnis dapat dilihat oleh masyarakat melalui masing-masing *website*. Pentingnya identitas

[59] Ibid, 139
[60] Eko Nowo, *Wawancara*, Sidoarjo, 24 Desember 2017

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

bisnis dalam bentuk digital ialah untuk mempermudah operasional serta menjadi simbol jika bisnis yang dijalankan *modern* dengan pemanfaatan media *digital* dalam aktivitasnya. Salah satu informan dibidang permainan interaktif memberikan pernyataan jika ia selalu mendapatkan *client* dari daerah yang cukup jauh. Menurut informan, para *client* yang berasal dari berbagai daerah cukup puas dengan adanya *website* dan pelayanan *customer service* dari admin bisnis informan.[61] Dari pernyataan tersebut, bisnis yang dijalankan informan dirasa cukup efektif dalam menempatkan identitas bisnis dalam bentuk website, selain itu harus diimbangi oleh kinerja admin bisnis yang kompeten dengan *job discription* dengan tujuan dapat memberikan pelayanan maksimal kepada client informan.

[61] Priyono, *Wawancara*, Sidoarjo, 27 Februari 2018

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB IV

ANALISIS DATA

A. Analisis Latar Belakang *Startup* Mendirikan Bisnis Kreatif Pada Bidangnya

Startup bisnis kreatif merupakan salah satu bisnis dalam masa rintisan atau sedang dalam masa berkembang. Sesuai dengan data yang telah dijelaskan peneliti pada bab sebelumnya, peneliti menggali menggali informasi mengenai keputusan pelaku bisnis kreatif hingga mereka dapat mendirikan bisnis sesuai dengan masing-masing bidangnya.

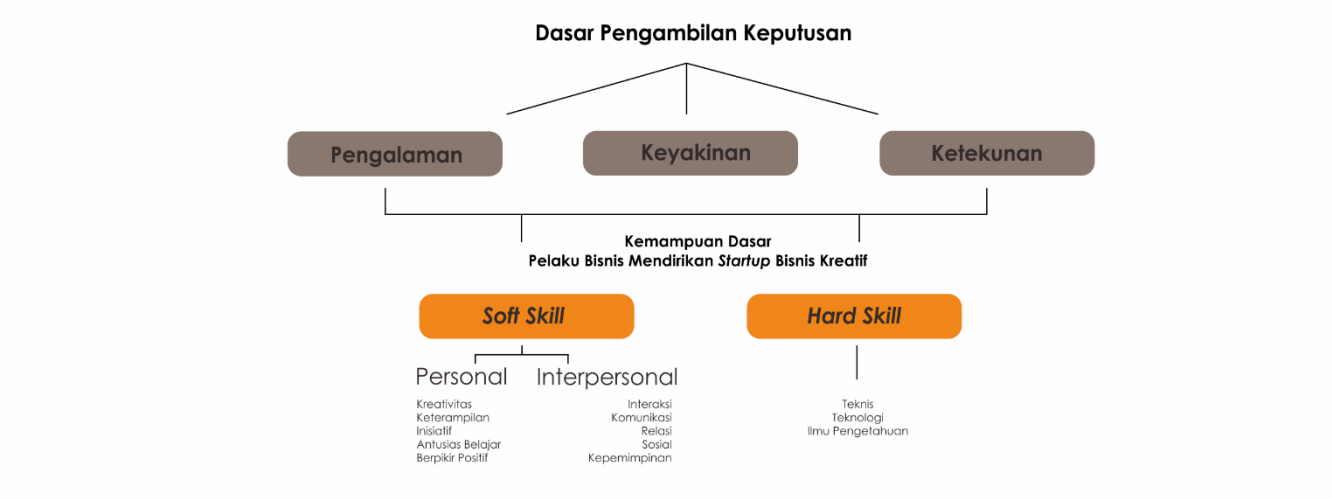
Hasil penelitian mengatakan, hal terpenting yang perlu diketahui oleh calon pebisnis kreatif ialah tentang kapasistas dirinya kompeten dibidang apa saja sebab untuk mendirikan bisnis dengan lebel kreatif, diperlukan adanya keyakinan dari diri sendiri untuk mengetahui lebih dalam kemampuan yang dimiliki dengan tujuan agar bisnis yang akan dijalankan sesuai dengan keinginan pebisnis. Kemampuan yang dimiliki oleh pebisnis kreatif tidak datang secara tiba-tiba, mereka lebih dulu belajar melalui pengalaman dan kesadaran masing-masing hingga pada akhirnya apa yang telah mereka lakukan menjadikan sebuah keyakinan yang direalisasaikan pada objek bisnis.

Dari hasil wawancara dan observasi lapangan, kemampuan para pebisnis ditunjukkan pada aspek *soft skill* dan *hard skill* dimana kedua kemampuan tersebut menjadi alasan awal pebisnis untuk menentukan bidang bisnis yang akan digelutinya. Dalam menentukan keputusannya, bisnis dengan latar belakang *soft skill* cenderung memiliki proses pengambilan keputusan yang bersifat *psikologis*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dari seorang pemilik bisnis.[1] Berikut peneliti tampilkan keputusan dasar pebisnis kreatif dalam memutuskan mendirikan bidang bisnis masing-masing ;

Gambar 4.1
Dasar Keputusan Pebisnis



1. Kemampuan *Soft Skill*

   Kemampuan *soft skill* pebisnis terbagi menjadi dua kategori yakni *soft skill* personal dan *soft skill* interpersonal.

   a. *Soft skill* personal merupakan keputusan yang lahir murni dari seorang pemilik bisnis dengan memanfaatkan sisi kreatifvitas, keterampilan, dan keyakinan diri tanpa ada pengaruh dari orang lain. [2]

   b. *Soft Skill* interpersonal merupakan keputusan informan dalam mendirikan bisnis hasil dari interaksi dengan orang lain.[3]

2. Kemampuan *Hard Skill*

[1] Arif Yusuf Hamali, *Pemahaman MSDM*, (Jakarta : Grasindo), 2015, 73
[2] Ibid., 68
[3] Ibid., 77

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Kemampuan *hard skill* merupakan salah satu kemampuan teknis yang lahir dari akademi atau bidang ilmu yang digeluti. Pada umumnya, kemampuan *hard skill* lebih fokus pada bidang teknologi dimana kemampuan teknis diperlukan untuk mengoperasikan dari teknologi.

Sama halnya dengan kemampuan *soft skill*, yang membedakan kemampuan *hard skill* adalah pada sisi teknis operasional. Pada konteks bisnis, kemampuan *hard skill* dituntut untuk merealisasikan objek dalam bentuk bisnis kreatif hasil dari ilmu-ilmu yang telah didapatkan pada lingkungan akademik.[4]

Informasi yang peneliti dapatkan dari hasil wawancara menunjukkan, pada umumnya pebisnis kreatif rata-rata yakin akan keputusannya dengan mempertimbangkan tiga aspek, yakni pengalaman, keyakinan, dan ketekunan dalam mendalami bakat yang sudah dimilikinya.

Pada aspek pengalaman, seorang informan pernah lebih dulu terjun untuk merasakan kegiatan yang sesuai dengan bidang bisnis yang dikerjakannya. Memiliki modal pengalaman, membuat informan yakin untuk mencoba mendirikan bisnis dengan latar belakang bidang bisnis yang tidak jauh dengan apa yang sudah pernah mereka pelajari sebelumnya. Sehingga, tidak sedikit dari mereka untuk memutuskan mendirikan bisnis kreatif pada bidangya masing-masing. Salah satu informan dibidang seni musik memberikan pernyataan jika pengalaman dalam dunia musik yang digelutinya sejak dini turut mengantarkan

[4] Arif Yusuf Hamali, *Pemahaman MSDM*, 93

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

informan untuk mendirikan bisnis yang sesuai dengan bakat yang dimilikinya. Selain itu, untuk menguasai lebih dalam tentang bakat yang dimilikinya, informan terus belajar secara disiplin dan yakin jika apa yang dilakukannya saat ini pasti akan membuahkan hasil suatu saat nanti.[5] Dari pernyataan tersebut, *soft skill* personal ditunjukkan informan pada sisi disiplin dan keyakinan informan sekaligus mebulatkan tekadnya untuk mendirikan bisnis pada bidang seni musik.

Dalam aspek keyakinan, peran kepercayaan diri menjadi modal utama dalam mendirikan bisnis kreatif. keprcayaan diri yang dimiliki oleh informan diimplementasikan dalam bentuk bisnis dengan berbagai pertimbangan. Salah satu informan dibidang seni kerajinan tangan memberikan pernyataan jika alasan informan mendirikan bisnis dibidang *handcraft* hanya sekedar melanjutkan apa yang digemarinya dalam mengelola barang mentah menjadi barang layak jual. Informan meyakini jika apa yang dilakukannya tersebut akan mendapatkan pasar sendiri pada dunia bisnis kerajinan tangan. Beberapa strategi yang dilakukan oleh informan untuk mendapatkan pasar ialah dengan pemanfaatan media sosial sebagai perantaranya serta mengikuti kegiatan-kegiatan yang bersifat pameran produk kreatif pada beberapa daerah. Hasilnya, keyakinan informan akan menemukan pasar yang sesuai dengan bisnsi yang digelutinya terjawab yang dibuktikan dengan respon positif dari pasar, khususnya konsumen wanita. Atas dasar keyakinan pada diri informan,

[5] Joko, *Wawancara*, Sidoarjo, 10 Januari 2018

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

saat ini ia tidak hanya berprofesi sebagai pebisnis saja, melainkan menjadi mentor kewirasuahaan wanita pada salah satu asosiasi wanita di Surabaya.[6]

Pada aspek ketekunan, bakat dan kegemaran masih berkaitan dengan keputusan informan mendirikan bisnis kreatif. Rutinitas informan dalam menjalankan suatu hal mengantarkan informan untuk memutuskan untuk mendirikan bisnis dari apa yang sudah dikerjakanya secara disiplin. Informan seni tari merupakan bisnis yang lahir melalui bentuk disiplin masing-masing informan. Menurut hasil wawancara, ketekunan dimaknai oleh informan sebagai aktivitas mengasah bakat masing-masing profesi untuk memaksimalkan kemampuan yang menjadi dasar mengajar pada kegiatan bisnis yang dirikan.[7]

Informan lain dibidang *fashion* Ade Syaifuddin Latif, mengatakan jika bisnis *fashion* barang bekas impor miliknya diminati oleh konsumen berkat mengkombinasikan ilmu perkuliahannya dibidang Desain Komunikasi Visual (DKV). Informan memberikan sentuhan kreativitas dalam aspek pemasaran dengan memeprhatikan desain dan foto produk untuk menambah nilai jual barang bekas impor milik informan. [8] Dalam tambahannya, menerapkan ilmu yang sudah pernah dikuasai pada masa perkuliahan tidak cukup apabila tidak dilengkapi dengan pengetahuan IT. Peran Sumber Daya Manusia dibutuhkan untuk mengoperasikan aspek IT dalam operasional bisnis yang dijalankan informan.[9] Dari pernyataan

[6] Nenny, *Wawancara*, Sidoarjo, 6 Maret 2018
[7] Mila Andayani, *Wawancara*, Sidoarjo, 22 Januari 2018
[8] Ade, *Wawancara*, Sidoarjo, 30 Januari 2018
[9] *Ibid.*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

informan kemampuan *hard skill* ditunjukkan pada sisi pengetahuan dan teknologi. Kedua hal tersebut menjadi faktor kunci keberhasilan informan menjalankan bisnis kreatif pada bidang *fashion*.

Proposisi : "Kemampuan *soft skill* dan *hard skill* menjadi dasar pebisnis *startup* kreatif mendirikan bisnis sesuai dengan bidangnya. Kemampuan tersebut lahir dari pengalaman, keyakinan dan ketekunan"

B. Analisis Peran Teknologi dalam Mengubah *Mindset* untuk Memulai Bisnis

Dewasa ini, era teknologi turut mengisi keseharian tiap individu yang dapat ditemukan dalam berbagai kegiatan. Hal ini pun berlanjut pada kegiatan bisnis dimana pelaku bisnis memanfaatkan teknologi untuk melengkapi aktivitas bisnis yang mereka jalankan. Penggunaan teknologi dirasa efektif dan efisian bagi

Hasil penelitian mengatakan jika seluruh informan sebagai pelaku bisnis kreatif melibatkan aspek teknologi bagi bisnis yang mereka jalankan. Masing-masing informan memaknai bisnis dengan cara yang berbeda, tergantung dari tujuan bisnis yang dijalankan. Berikut peneliti kategorikan peran teknologi bagi para startup bisnis kreatif :

1. Teknologi sebagai wadah berkarya

   Penggunaan teknologi sebagai wadah berkarya dilakukan oleh informan sebagai tempat untuk menyimpan sekaligus mempublikasi hasil karyanya. Informan memutuskan untuk membuat *website* atau halaman pribadi sebagai media untuk menampung hasil kreasi yang telah mereka ciptakan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Salah satu informan dibidang penerbit memberikan penjelasan terkait pemanfaatan teknologi sebagai sarana menyimpan sekaligus membagikan hasil karya penulisannya kepada pengguna internet. Informan menempatkan hasil karyanya pada salah satu *patform* media *online* yang bernama *wattpad*. *wattpad* merupakan salah satu wadah khusus untuk karya penulisan. Selain sebagai wadah berkarya, informan mendapatkan banyak rekan melalui media tersebut. hal ini sekaligus dimaknai informan sebagai sarana komukasi untuk mendiskusikan dunia penulisan bersama orang-orang yang memiliki kesamaan hobi dibidang penulisan. [10]

Dari penjelasan tersebut, pemanfaatan teknologi ditunjukkan dalam kegiatannya mengunggah hasil karyanya pada salah satu *platform online* yang bernama (*wattpad*). Keputusan informan untuk mengunggah hasil karyanya adalah bentuk kepuasan atas karya yang telah diciptakannya. Selain itu aspek pemasaran juga terlihat dari tujuan informan memanfaatakan teknologi, kegiatan yang dilakukan oleh informan memungkinkan untuk dinikmati masyarakat pecinta novel. dengan itu profesi informan sebagai penulis akan semakin dikenal jika novel yang diunggahnya memiliki banyak penggemar.

2. Teknologi sebagai pemasaran *digital*

[10] Desi, *Wawancara*, Sidoarjo,12 Februari 2018

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Penggunaan teknologi sebagai alat pemasaran *digital* menjadi opsi yang paling digemari oleh beberapa informan. Mudahnya akses teknologi dan banyaknya pengguna media sosial menjadi segmentasi pasar yang sengaja dipilih oleh para *startup* bisnis. Salah satu informan dibidang fotografi menjelaskan mengenai pemasaran *digital* yang biasa dilakukan pada bisnisnya yakni memperbanyak promo dari media salah satu *platform* media *online* yang bernama *instagram*. *Instagram* merupakan media online untuk berbagi foto atau desain 2 dimensi. Informan memanfaatkan *instagram* sebagai sarana mempublikasikan desain promo dan portofolio.[11] Informan menambahkan jika ia memanfaatkan momen tertentu untuk mengengumumkan promosi, misalkan pada momen bulan ramadhan, dan lainnya.[12]

Dari penjelasan tersebut, pemasaran *digital* yang dilakukan oleh informan adalah dengan menerapkan strategi promosi melalui *platform online* media sosial (*instagram*). Informan memiliki cara sendiri dalam memasarkan jasanya, yakni dengan memanfaatkan momen yang pas sebagai objek promosinya. Informan menjelaskan proses pembuatan layout promo perlu direncanakan dengan matang, informan harus memikirkan desain semenarik mungkin yang disesuaikan dengan momen promo yang akan diberikan, dan setelah itu siap untuk di publikasikan melalui media sosial bisnis informan.

[11] Eko Nowo, *Wawancara*, Sidoarjo, 24 Desember 2017
[12] Ibid.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Teknologi sebagai sarana penunjang bisnis

Penggunaan tekologi sebagai penunjang bisnis umumnya diutamakan pada segi pelayanan. Bagi pebisnis yang bergerak pada bidang jasa, hal ini dirasa sangat mempengaruhi ikatan konsumen pada bisnis yang dijalankan oleh informan. Untuk memberikan pelayanan yang terbaik, informan memanfaatkan teknologi untuk memaksimalkan operasional dalam kegiatan bisnis mereka.

Salah satu informan dibidang fotografi memberikan pernyataan jika sebagai pemilik bisnis jasa tentunya menginginkan pelayanan terbaik untuk konsumen. Hal tersebut diwujudkan informan dengan memiliki admin khusus untuk melayani konsumen yang ingin menggunakan fotografi miliknya. Menurutnya, kepuasan pelanggan tergantung dari bagaimana kita memberikan yang terbaik untuk para konsumen. Dengan alasan tersebut, informan memanfaatkan teknologi sebagai penunjang bisnis yang diutamakan pada segi operasional bisnis.[13]

4. Teknologi sebagai identitas bisnis

[13] Ibid.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Penggunaan identitas bisnis pada media online merupakan hal yang biasa dilakukan oleh pebisnis *startup*, dimana mereka mengedepankan sisi *modern* dengan memanfaatkan fasilitas teknologi pada kegiatan bisnis. Penggunaan identitas bisnis pada media *online* akan memudahkan konsumen untuk memahami lebih dalam tentang profil bisnis. Pada diri konsumen, identitas bisnis online sangat diperlukan untuk mempermudah mendapatkan informasi.

Salah satu informan dibidang permainan interaktif memberikan pernyataan jika ia selalu mendapatkan *client* dari daerah yang cukup jauh. Menurut informan, para *client* yang berasal dari berbagai daerah cukup puas dengan adanya *website* dan pelayanan *customer service* dari admin bisnis informan.[14]

Dari penjelasan tersebut, bisnis yang dijalankan informan efektif dalam menempatkan identitas bisnis dalam bentuk *website*. Selain itu, harus diimbangi oleh kinerja admin bisnis yang kompeten dengan *job discription* dengan tujuan dapat memberikan pelayanan maksimal kepada client informan.

Dari analisis yang dilakukan oleh peneliti diatas, dapat diketahui jika informan dapat memulai bisnisnya berkat kemudahan yang ditawarkan oleh teknologi *modern* saat ini. Kemudahan demi kemudahan dirasakan oleh informan diterapkan pada bisnis yang mereka jalankan. Dalam memutuskan untuk memulai bisnis, informan lebih dulu berada dalam posisi sebagai pengguna pengguna

[14] Priyono, *Wawancara*, Sidoarjo,27 Februari 2018

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

teknologi secara pasif. Hal ini kerap dilakukan bagi masyarakat yang hanya menggunakan teknologi sebagai pengisi waktu semata dan jauh dari istilah produktif bagi diri mereka.[15] Setelah merasakan sisi positif dari teknologi, informan mencoba menerapkan pada implementasi bisnis yang dijalankan. Positifnya, informan dapat memanfaatkan ruang positif dari era teknologi serta dapat merasakan sisi produktif hasil dari usaha masing-masing informan.

> **Proposisi** : "Teknologi berperan dalam merubah pola pikir lebih produktif. Hal tersebut didasari oleh kemudahan demi kemudahan yang ditawarkan oleh era teknologi *modern*"

[15] Brent. D Ruben, Komunikasi dan Perilaku Manusia, (Jakarta:Rajawali Press), 2014, 94

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dari hasil proposisi minor 1 dan 2 maka peneliti mengajukan proposisi mayor sebagai berikut :

Startup bisnis kreatif lahir dari individu yang sukses yakin akan kemampuan yang dimilikinya. Keyakinan tersebut turut mengantarkan individu dalam membulatkan keputusannya yang diwujudkan pada objek bisnis. Kemana arah bisnis berjalan merupakan simbol dari pengalaman dan ketekunan individu dalam perjalannya mendirikan bisnis kreatif. Mendirikan bisnis dari kegemaran pribadi merupakan cerminan dari pelaku bisnis dalam menunjukkan karakter personal. Kehadiran teknologi memberikan warna bagi pebisnis *modern* saat ini, yang paling mudah terlihat ialah dari pola pikir individu untuk menjalankan kegiatan secara produktif. Hal ini dibuktikan dengan lahirnya keyakinan para *startup* dalam pengambilan keputusan mendirikan bisnis kreatif dengan memanfaatkan kemudahan dan fasilitas dari kemajuan teknologi.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB V

PENUTUP

KESIMPULAN

1. Pada dasarnya setiap orang dibekali dengan kemampuan yang disesuaikan dengan kapasitas yang dimilikinya**,** dan untuk mengetahui kemampuan apa yang dimiliki oleh seseorang, perlu adanya ketekunan dalam menggeluti suatu kegiatan yang dirasa hal tersebut sesuai dengan kompetensinya. Pentingnya mengetahui kemampuan diri sendiri adalah bekal yang harus dimiliki oleh calon pebisnis kreatif. Kemampuan akan mengantarkan seseorang dalam memberikan kesadaran untuk mendirikan bisnis sesuai dengan bidang dan kemampuan masing-masing. Dalam penelitian ini, kemampuan seseorang dikategorikan menjadi tiga hal, yang pertama *softskill* dan *hardskill*. Kemampuan *softskill* di diskripsikan sebagai kemampuan seseorang secara interpersonal dan intrapersonal yang menjadikan bekal dalam mendirikan bisnis. Kemampuan *hardskill* di diskripsikan sebagai kemampuan teknis yang di dapat dari pengalaman baik akademis maupun non akademis.
2. Era teknologi memberikan sebuah perbedaan dalam pelaksanaan bisnis saat ini. Teknologi dimanfaatkan oleh masing-masing pebisnis *startup* sebagai fasilitas penunjang bisnis yang telah mereka jalankan, seperti dalam menjalankan kegiatan digital marketing, publishing, desain dan foto produk, wadah berkarya, dan lainnya. Dalam hal ini, teknologi dianggap oleh pelaku bisnis *startup* sebagai fasilitas yang wajib untuk dimanfaatkan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Selain sebagai penunjang kegiatan bisnis, penggunaan teknologi dalam hal bisnis menjadi pembeda sebagai bisnis yang berjalan dengan *modern*. Kedekatan masyarakat Indonesia dengan teknologi seakan memberikan sebuah perubahan dalam hal pola pikir masyarakat yang lebih produktif dalam melakukan seuatu kegiatan. Hal tersebut dapat dilihat dengan banyaknya masyarakat yang mendirikan bisnis mikro dengan pemanfaatan media digital sebagai bentuk pemanfaatan teknologi sebagai penunjang bisnis yang mereka jalankan.

SARAN

1. Mendirikan sebuah bisnis dari dasar kemampuan diri sendiri merupakan suatu keahlian besar yang dimiliki oleh seseorang dalam mengimplementasikan kemampuannya pada kegiatan bisnis. Namun alangkah baiknya jika pelaku pebisnis *startup* memperhatikan *planning* jangka panjang dari bisnis yang telah di dirikan. Sebab tidak sedikit pebisnis *startup* yang gagal karena kurang matangnya rencana visioner dari pemilik usaha yang memicu lahirnya masalah demi masalah hingga bisnis yang sebenarnya memiliki kemungkinan untuk berjalan lebih jauh, akan gagal ditengah jalan karena kurangnya perencanaan yang matang dalam operasional kerja.
2. Pemanfaatan teknologi sudah menjadi hal yang wajar dalam kegiatan sehari-hari. Bijaknya penggunaan teknologi tak luput dari bagaimana seseorang mempergunakan fasilitas yang memang sudah ditawarkan untuk

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kegiatan keseharian. Alangkah baiknya dengan adanya teknologi, para pebisnis dapat mengelola secara maksimal dalam mengeluarkan inovasi dari bisnis yang telah dijalankan. Selain itu, dengan kemajuan teknologi yang sudah ditawarkan maka tidak menutup kemungkinan pebisnis untuk memberikan kualitas pelayanan kepada konsumen secara maksimal agar bisnis yang sudah dijalankan mendapatkan kredibilitas baik dari konsumen dan peluang bisnis untuk lebih berkembang pun terbuka lebar.

3. Peneliti menyarankan kepada penelitian selanjutnya agar menambahkan jumlah informan pada bidang bisnis lain untuk menggenapkan bidang bisnis kreatif yang semakin bertambah. Sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih luas mengenai keputusan mendirikan bisnis kreatif.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR PUSTAKA

Hamali Yusuf Arif, *Pemahaman Manajemen Sumber Daya Manusia dan Strategi Mengelola Karyawan*. Yogtakarta : BPFI, 2017

Landry Charles, *The Creative Cities*. Jakarta : Visimedia, t.t

Mardalena, *Pengantar Manajemen*. Jakarta : Kencana, 2015

R. Raco Jozef, *Metode Fenomenologi Pada Entrepeneurship*. Jakarta : Grasindo, 2012

Sugarso Puguh, *Manajemen Pengambilan Keputusan*. Jakarta : Indeks, 2013

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*.. *Jakarta* : Bandung: Alfabeta.2006

Suherman Eman, *Entrepreneur Bussiness*. Jakarta. Penerbit : Alfabeta, 2009

Suprihanto Jhon, *Pengantar Bisnis Yogyakarta* : Liberty Jogja, 2010

Uzzaman Anis, *Startup Pedia*, Jakarta : Benteng Pustaka, 2015

Penelitian/Skripsi/Jurnal :

Nirwan Dwianto Michael, "Barries in Implementing the Lean Startup Methodology in Indonesia (Study Case B2B Startup), t.tp, 2014

Prawira Zetry, "Pengaruh Animal Spirit Terhadap Evaluasi Keputusan Investasi TI" Surabaya : Institut Teknologi Sepuluh November Surabaya, 2017

Setyawati yunita Cristina, "Eksplorasi Faktor Penentu Keberhasilan Bisnis *Starup* di Kota Surabaya" Surabaya : Universitas Ciputra, 2015

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Sitepu Br Nathasya Sri, “Pengaruh Faktor Internal Terhadap keberhasilan Startup Bisnis di Kota Surabaya” Surabaya : Universitas Ciputra, 2017

Vanacker , Deloof, B.J Hanssens, “The Evolution of Debt Police: new Evidence From Business Startups, t.tp, 2016

Sumber Internet :

http://www.CNN.com/id/5-sektor-bisnis-yang-menjanjikan-di-indonesia.html diakses pada 8 Nov 2017

http://www.kemenperin.go.id/, diakses 9 November 2017

http://www.sidoarjokab.go.id/ =profil_kabupaten diakses pada 9 November 2017

http://www.sidoarjokab.go.id/bisnis/area/sidoarjo diakses pada 9 November 2017

https://www.forbes.com/, diakses 12 Maret 2018

https://www.WallStreetJournal.com, diakses pada 9 November 2017

Sumber Informan Penelitian :

Ade, *Wawancara*, 30 Januari 2018

Almira, *Wawancara*, 9 Februari 2018

Andayani Mila, *Wawancara*, 22 Januari 2018

Bayu, *Wawancara*, 13 Maret 2018

Budi Setiawan, *Wawancara*, 12 februari 2018

Desi, *Wawancara*, 12 Februari 2018

Dewi, *Wawancara*, 27 Januari 2018

Dimas, *Wawancara*, 25 februari 2018

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Fajar, *Wawancara*, 30 Januari 2018

Iffan, Wawancara, 12 Februari 2018

Joko, Wawancara, 10 Januari 2018

Nenny, *Wawancara,* 6 Maret 2018

Nowo Eko, *Wawancara*, 24 Desember 2017

Priyono, *Wawancara*, 27 Februari 2018

Satria Gading, *Wawancara*, Sidoarjo, 28 Oktober 2017

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id